

Mata Kuliah	Pengantar Bisnis Digital	Tanggal	31 Mei 2023
Kode MK	MAN203	Rumpun MK	MKWP
Bobot (sks)	T (Teori): 2 P (Praktik/Praktikum): 1	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
	23-MAN-CPL-07
	23-MAN-CPL-10
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER							
	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.					
	Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)						
	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.						
Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK							
	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

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER								
		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.			Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online)		14,28%
		23-MAN-SCPMK-0422	Kemampuan menggunakan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan dalam manajemen			Unjuk Kerja (Presentasi, Diskusi Kelompok, Studi Kasus, dll)		14,28%
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.			Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek)		14,28%
		23-MAN-SCPMK-0713	Kemampuan mengintegrasikan keterampilan dan pengetahuan untuk mengelola dalam berbagai situasi kerja.			Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online)		14,28%
23-MAN-CPL-10	23-MAN-CPMK-102	23-MAN-SCPMK-1021	Kemampuan memahami teknologi digital yang relevan dalam konteks perkotaan.			Observasi (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online)		14,28%
		23-MAN-SCPMK-1022	Kemampuan mengidentifikasi permasalahan urban yang dapat diselesaikan dengan teknologi digital.			Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online)		14,28%
		23-MAN-SCPMK-1023	Kemampuan menerapkan teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban.			Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek)		14,28%
Deskripsi Singkat MK		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,						

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
	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.	
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggambarkan karakteristik bisnis digital dan perbedaannya dengan bisnis tradisional 2. Memahami teknologi digital yang digunakan dalam bisnis digital seperti internet, aplikasi mobile, dan teknologi cloud 3. Mengidentifikasi tren bisnis digital terkini dan dampaknya pada strategi bisnis 4. Menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran digital untuk membangun brand dan mencapai target audiens 5. Menggunakan hasil analisis pasar digital dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pengambilan keputusan bisnis 6. Memahami konsep dan prinsip etika dalam bisnis digital, termasuk perlindungan privasi dan perlakuan yang adil terhadap pelanggan 7. Mengidentifikasi ancaman keamanan seperti serangan siber dan pelanggaran data 8. Menerapkan kebijakan keamanan dan privasi untuk melindungi bisnis digital dan data pelanggan 	
Pustaka	Utama	
	Chaffey, D. 2015, <i>Digital Business and E-Commerce Management</i> , 6 th edition, UK: Pearson	
	Pendukung	
	Aagaard, A. 2019, <i>Digital Business Models</i> . Switzerland: Palgrave	
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:
	PPT Video RTM Link Zoom/Google Meet	LCD Projector Laptop Buku
Dosen Pengampu	Windarko, ST., M.M.	
Mata Kuliah Prasyarat	-	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER								
Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian (NON PBL)	SCPMK	Penilaian dan Bobot						Total Bobot Penilaian
		Latihan 1	Latihan 2	Latihan 3	Latihan 4	Latihan 5	Latihan 6	
	Tes (Tes Online)	Unjuk Kerja (Studi Kasus)	Tes (Tugas Tertulis)	Tes (Tes Lisan)	Observasi (Proyek)	Observasi		
	23-MAN-SCPMK-0421	14,28%						14,28%
	23-MAN-SCPMK-0422		14,28%					14,28%
	23-MAN-SCPMK-0712			14,28%				14,28%
	23-MAN-SCPMK-0713				14,28%			14,28%
	23-MAN-SCPMK-1021					14,28%		14,28%
	23-MAN-SCPMK-1022						14,28%	14,28%
Total per penilaian	14,28%	14,28%	14,28%	14,28%	14,28%	14,28%	100%	

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)			
				Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
1	23-MAN-SCPMK-0421	1. Mahasiswa memahami tujuan mata kuliah dan tujuan pembelajaran 2. Mahasiswa mampu mendefinisikan bisnis digital dan peranannya dalam era digital	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: • Menjawab pertanyaan • Menjelaskan konsep	Kuliah dan Diskusi [TM 1: (2x50')] Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		Pendahuluan dan Pengantar Bisnis Digital	6,25

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 perkembangan teknologi dan tren bisnis digital					
2	23-MAN-SCPMK-0421	1. Mahasiswa memahami berbagai model bisnis digital 2. Mahasiswa mengetahui jenis-jenis model bisnis digital (e-commerce, marketplace, SaaS, dll.) 3. Studi kasus model bisnis digital yang sukses	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: • Menjawab pertanyaan • Menjelaskan konsep	Kuliah dan Diskusi [TM 2: (2x50')] Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		Model Bisnis Digital	6,25
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: • Menjawab pertanyaan • Menjelaskan konsep	Kuliah dan Diskusi [TM 3: (1x50')] Pembentuk-an kelompok (1x50') Pembagian materi/tema <i>paper</i> (1x50')		Strategi Pemasaran Digital	6,25
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: • Menjawab pertanyaan • Menjelaskan konsep		Kuliah dan Diskusi [TM 4: (1x50')] <i>Progress report</i> penulisan <i>paper</i> (1x50')	Analisis Pasar Digital	6,25

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)		
					Unjuk Kerja (Presentasi, Diskusi Kelompok, Studi Kasus, dll) = (1x50')		
5	23-MAN-SCPMK-0712	1. Mahasiswa memahami e-commerce dan komponennya 2. Mahasiswa memahami keuntungan dan tantangan dalam berbisnis di e-commerce 3. Mahasiswa mampu merumuskan strategi pengembangan e-commerce	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: • Menjawab pertanyaan • Menjelaskan konsep	Kuliah dan Diskusi [TM 5: (2x50')] <i>Progress report</i> <i>penulisan paper</i> (1x50')		E-commerce	6,25
6		1. Mahasiswa memahami ancaman keamanan dalam bisnis digital 2. Mahasiswa memahami perlindungan data pribadi dan privasi 3. Mahasiswa memahami pentingnya kebijakan keamanan dalam bisnis digital	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: • Menjawab pertanyaan • Menjelaskan konsep	Perkuliahan, presentasi kelompok, memberikan ulasan/tanggapan Presentasi Kuliah dan Diskusi [TM 6: (2x50')] Observasi (Praktik, Studi		Keamanan dan Privasi dalam Bisnis Digital	6,25

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)		
				Lapangan, Karya Tulis, Proyek = (1x50')			
7		<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami pengertian analisis data dan business intelligence Mahasiswa memahami berbagai alat dan teknik analisis data Mahasiswa memahami penerapan business intelligence dalam pengambilan keputusan bisnis 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Menjawab pertanyaan Menjelaskan konsep 	Kuliah dan Diskusi [TM 7: (2x50') <i>Progress report</i> penulisan <i>paper</i> (1x50')		Analisis Data dan Business Intelligence	12,5
-Evaluasi Tengah Semester: Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya							
9	23-MAN-SCPMK-0713	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami konsep dasar mobile marketing Mahasiswa memahami perkembangan teknologi mobile dan dampaknya pada bisnis Mahasiswa memahami strategi pemasaran melalui platform mobile Mahasiswa memahami peran media sosial dalam bisnis digital Mahasiswa memahami strategi pemasaran melalui media sosial Mahasiswa memahami manajemen reputasi online 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Menjawab pertanyaan Menjelaskan konsep 	Kuliah dan Diskusi [TM 9: (2x50') Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		Mobile Marketing & Social Media Marketing	6,25

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)		
10		<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami pengertian SEO dan pentingnya dalam bisnis digital Mahasiswa memahami berbagai teknik dasar SEO Mahasiswa memahami metode pengukuran dan analisis hasil SEO Mahasiswa memahami arti paid advertising dan model bisnisnya Mahasiswa memahami berbagai jenis-jenis paid advertising (Google Ads, Facebook Ads, dll.) Mahasiswa memahami cara pengukuran efektivitas kampanye paid advertising 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Menjawab pertanyaan Menjelaskan konsep 	Kuliah dan Diskusi [TM 10: (2x50')] Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		Search Engine Optimization (SEO) & Paid Advertising (PPC)	6,25
11	23-MAN-SCPMK-1021	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami Teknik analisis persaingan dalam bisnis digital Mahasiswa memahami berbagai alat dan teknik analisis persaingan digital Mahasiswa memahami penerapan hasil analisis persaingan dalam strategi bisnis 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Menjawab pertanyaan Menjelaskan konsep 	Kuliah dan Diskusi [TM 11: (2x50')] Observasi (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		Analisis Persaingan Digital	6,25
12	23-MAN-SCPMK-1022	<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami CRM digital 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan		Kuliah dan Diskusi [TM 12: (2x50')]	Analisis Persaingan Digital	6,25

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	Bentuk Penilaian: • Menjawab pertanyaan • Menjelaskan konsep		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: • Menjawab pertanyaan • Menjelaskan konsep	Kuliah dan Diskusi [TM 13: (2x50')] Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online) = (1x50')		E-commerce dan Logistik	6,25

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"> Mahasiswa memahami inovasi dalam bisnis digital dan peranannya dalam meningkatkan daya saing Mahasiswa mengenali berbagai studi kasus inovasi bisnis digital yang sukses Mahasiswa memahami tren bisnis digital terkini dan implikasinya bagi perusahaan Mahasiswa mengetahui inovasi dalam bisnis digital dan peranannya dalam meningkatkan daya saing Mahasiswa mengenali berbagai studi kasus inovasi bisnis digital yang sukses Mahasiswa mengenali berbagai tren bisnis digital terkini dan implikasinya bagi perusahaan 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Menjawab pertanyaan Menjelaskan konsep 	Kuliah dan Diskusi [TM 14: (1x50')] <i>Progress report</i> analisis kasus (1x50') Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek) = (1x50')		Inovasi dan Tren Bisnis Digital	6,25
15		<ol style="list-style-type: none"> Mahasiswa memahami etika dalam bisnis digital dan dilema etis yang sering muncul Mahasiswa memahami tanggung jawab sosial perusahaan dalam bisnis digital Mahasiswa memahami kegiatan bisnis digital yang 	Kriteria: Ketepatan dan Penguasaan Bentuk Penilaian: <ul style="list-style-type: none"> Menjawab pertanyaan Menjelaskan konsep 	Kuliah dan Diskusi [TM 15: (2x50')] <i>Progress report</i> analisis kasus (1x50')		Etika dan Tanggung Jawab Sosial dalam Bisnis Digital	12,5

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)		
		berkelanjutan dan berdampak positif					
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa						