



## RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

<b>Universitas</b>	<b>: Universitas Negeri Jakarta</b>
<b>Fakultas</b>	<b>: Ekonomi</b>
<b>Program Studi</b>	<b>: D-3 Administrasi Perkantoran</b>
<b>Mata Kuliah</b>	<b>: Bisnis Digital</b>
<b>Bobot sks</b>	<b>: 2 sks</b>
<b>Kode Mata Kuliah</b>	<b>: 8143-349-2</b>
<b>Kode Seksi</b>	<b>:</b>
<b>Bentuk/Sifat</b>	<b>: (1) Teori (<del>2</del>) Seminar (3) Praktikum*</b>
<b>Pra-Syarat (jika ada)</b>	<b>:</b>
<b>Semester</b>	<b>: Ganjil</b>
<b>Periode Kuliah</b>	<b>: September-Desember</b>
<b>Jumlah Pertemuan</b>	<b>: 16 x 100 menit</b>
<b>Jadwal Kuliah</b>	<b>:</b>
<b>Ruang Kuliah</b>	<b>:</b>

\*) coret yang tidak perlu

### A. DESKRIPSI MATAKULIAH

Mata kuliah Bisnis Digital memberikan pemahaman tentang konsep bisnis melalui pemanfaatan media digital. Dimana dalam proses perancangan strategi bisnis digital, diperlukan kemampuan untuk menganalisis situasi, baik dari sisi internal maupun eksternal, sebelum menentukan tujuan yang ingin dicapai perusahaan terkait dalam hal meningkatkan penjualan, menyelenggarakan layanan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen, meningkatkan, menekan biaya (efisiensi), menjalin interaksi, serta keterikatan konsumen secara jangka panjang. Untuk itu, mata kuliah Bisnis Digital menyajikan beberapa alternatif saluran bisnis digital (seperti yang dapat digunakan sebagai media pemasaran, serta bagaimana memanfaatkan keberadaan *big data* dalam melakukan evaluasi dan pengendalian keberhasilan rencana strategis.



## B. CAPAIAN PEMBELAJARAN LULUSAN (CPL) YANG DIBEBANKAN DALAM MATA KULIAH

Ranah	Capaian Pembelajaran Lulusan
Sikap	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;</li><li>2. Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika;</li><li>3. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;</li><li>4. Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;</li><li>5. Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain;</li><li>6. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;</li><li>7. Taat hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara;</li><li>8. Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik;</li><li>9. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri;</li><li>10. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan; dan</li><li>11. Menginternalisasi etika profesi administratif profesional, sehingga dapat menjalankan tugas secara profesional, bertanggung jawab, tidak memanfaatkan profesinya untuk kepentingan di luar dari lingkup</li></ol>



Ranah	Capaian Pembelajaran Lulusan
	pekerjaannya.
Keterampilan umum	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mampu menyelesaikan pekerjaan berlingkup luas dan menganalisis data dengan beragam metode yang sesuai, baik yang belum maupun yang sudah baku;</li><li>2. Mampu menunjukkan kinerja bermutu dan terukur;</li><li>3. Mampu memecahkan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang keahlian terapan nya didasarkan pada pemikiran logis, inovatif, dan bertanggung jawab atas hasilnya secara mandiri;</li><li>4. Mampu menyusun laporan hasil dan proses kerja secara akurat dan sah serta mengomunikasikannya secara efektif kepada pihak lain yang membutuhkan;</li><li>5. Mampu bekerja sama, berkomunikasi dan berinovatif dalam pekerjaannya;</li><li>6. Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya;</li><li>7. Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada di bawah tanggungjawabnya, dan mengelola pengembangan kompetensi kerja secara mandiri; dan</li><li>8. Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.</li></ol>



Ranah	Capaian Pembelajaran Lulusan
Pengetahuan	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Konsep, prinsip dan teknik kegiatan administrasi perkantoran meliputi:<ol style="list-style-type: none"><li>a) Manajemen kearsipan untuk menyelesaikan masalah yang berkaitan dengan pengelolaan dan pengendalian dokumen.</li><li>b) Korespondensi serta mampu memformulasikan penerapan secara prosedural didalam organisasi bisnis maupun pemerintahan.</li><li>c) Pelayanan prima dan <i>public speaking</i>;</li></ol></li><li>2. Prinsip dan teknik komunikasi yang baik dan efektif baik lisan maupun tulisan dengan menggunakan Bahasa Indonesia dan minimal 1 Bahasa Internasional atau minimal 1 bahasa asing lainnya.</li><li>3. Konsep dan teknik teknologi informasi termutakhir yang menunjang kegiatan administrasi perkantoran dan komunikasi.</li><li>4. Konsep umum kepemimpinan, kehumasan, dasar-dasar akuntansi dan manajemen sumberdaya manusia</li><li>5. Pengetahuan faktual dan metode aplikasi etika profesi dalam menjalankan aktivitas kerja dibidang administrasi perkantoran.</li><li>6. Prinsip dan pengetahuan operasional lengkap standar keselamatan dan kesehatan kerja (K3) di perkantoran;</li></ol>
Keterampilan Khusus	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Mampu merancang konten pemasaran dan menyusun strategi bisnis digital.</li><li>2. Mampu membuat berbagai jenis surat bisnis atau dinas secara ringkas, tepat, lengkap, dan menggunakan bahasa yang santun sesuai dengan kebutuhan organisasi bisnis maupun pemerintahan;</li></ol>



Ranah	Capaian Pembelajaran Lulusan
	<ol style="list-style-type: none"><li>3. Mampu mengelola dokumen meliputi kegiatan mengumpulkan, mengelompokkan, menyimpan, memelihara dan menyediakan informasi dengan cepat dan akurat sesuai dengan standar operasional prosedur meliputi:<ol style="list-style-type: none"><li>a) Arsip dalam bentuk <i>hardcopy</i> dan <i>softcopy</i>;</li><li>b) Surat elektronik dan surat konvensional;</li><li>c) Informasi bisnis lainnya yang diperoleh dari berbagai sumber (media cetak, elektronik, internet) sesuai kebutuhan organisasi;</li></ol></li><li>4. Mampu mengelola kegiatan pimpinan, meliputi:<ol style="list-style-type: none"><li>a) Perjalanan dinas pimpinan yang memuat informasi lengkap dan terkini meliputi perjalanan dinas domestik maupun luar negeri;</li><li>b) Jadwal kegiatan pimpinan yang memuat informasi lengkap dan terkini baik secara konvensional maupun dengan memanfaatkan teknologi secara efektif;</li></ol></li><li>5. Mampu mengidentifikasi, merencanakan, dan menyediakan berbagai kebutuhan dalam penyelenggaraan rapat secara akurat dan terperinci sesuai dengan jenis rapat/pertemuan yang dilakukan;</li><li>6. Mampu menerjemahkan instruksi pimpinan menjadi naskah surat, dokumen, dan bentuk informasi yang lengkap dan akurat;</li><li>7. Mampu berkomunikasi secara lisan dan tulisan dalam pekerjaan administrasi perkantoran dengan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dan minimal satu bahasa internasional dengan kemampuan pada tingkat menengah;</li><li>8. Mampu berbicara di depan publik sesuai dengan tugas,</li></ol>



Ranah	Capaian Pembelajaran Lulusan
	<p>wewenang, dan tanggung jawab yang diberikan untuk menciptakan citra dan reputasi yang baik di masyarakat;</p> <p>9. Mampu memberikan pelayanan terbaik (pelayanan prima) dengan sikap, perhatian, dan tindakan yang tepat dalam lingkup pekerjaan dan tanggungjawabnya sesuai dengan standar operasional Prosedur (SOP).</p> <p>10. Mampu mengelola dan membuat laporan kas kecil (<i>Petty Cash</i>) secara periodik sesuai dengan SOP organisasi;</p> <p>11. Mampu menyusun laporan kegiatan/proyek secara tepat atas permintaan pimpinan;</p> <p>12. Mampu mempersiapkan bahan presentasi dan menyajikannya secara menarik dan berkualitas dengan memanfaatkan teknologi informasi;</p> <p>13. Mampu menyelesaikan pekerjaan dengan memanfaatkan:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) sarana komunikasi (telepon, faksimili, email, dan perangkat lunak komunikasi terkini);</li><li>b) peralatan kantor sesuai jenis dan fungsinya untuk menjalankan tugas profesinya;</li><li>c) program aplikasi berbasis teknologi informasi dengan: mengoperasikan program aplikasi komputer seperti perangkat lunak pemroses kata, pengolah angka, pengolah data, pengolah bahan presentasi, <i>desktop publishing</i>, dan pengolah arsip digital;</li></ul> <p>14. Mampu menerapkan prinsip keselamatan dan kesehatan kerja (K3) di perkantoran sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP).</p>



### C. BAHAN KAJIAN/POKOK BAHASAN

BAHAN KAJIAN/ POKOK BAHASAN	SUB- BAHAN KAJIAN /SUB-POKOK BAHASAN
1. Analisis Situasi	1.1. Analisis kondisi internal perusahaan
	1.2. Analisis kondisi eksternal perusahaan
	1.3. Analisis kebutuhan
2. Strategi Pemasaran Digital	2.1. Merancang tujuan perusahaan
	2.2. Merancang strategi pemasaran digital (5S's Digital Marketing)
3. Riset Pasar	3.1. Melakukan observasi pasar dan perilaku konsumen
	3.2. Menentukan <i>Segmenting, Targeting and Positioning</i>
4. Konten Pemasaran	4.1. Mengkreasikan konten pemasaran
	4.2. Menerapkan komunikasi digital yang efektif
5. UI ( <i>User Interface</i> )	5.1. Merancang <i>layout</i> konten pemasaran yang menarik bagi pengguna
6. UX ( <i>User Experience</i> )	6.1. Merancang konsep konten pemasaran yang berempati terhadap pengguna
7. <i>Seravh Engine Optimizing</i>	7.1. Merancang <i>website</i> yang efektif
	7.2. Merancang strategi SEO
8. <i>Copywriting</i>	8.1. Merancang frase kunci yang efektif ( <i>online copywriting</i> )
9. <i>E-mail Marketing</i>	9.1. Merancang tujuan <i>e-mail marketing</i>
	9.2. Strategi pengoptimalan manfaat <i>e-mail marketing</i>
10. <i>Social Media Marketing</i>	10.1. Merancang konsep pemasaran melalui media sosial yang efektif
	10.2. Strategi pengoptimalan pemanfaatan media sosial
11. <i>E-Commerce</i>	11.1. Merancang konsep pemasaran melalui <i>e-commerce</i>
	11.2. Strategi pengoptimalan pemanfaatan <i>e-commerce</i>
12. <i>Customer</i>	12.1. Merancang konsep CRM



<b>BAHAN KAJIAN/ POKOK BAHASAN</b>	<b>SUB- BAHAN KAJIAN /SUB-POKOK BAHASAN</b>
<i>Relationship Management</i>	12.2. Pemanfaatan <i>database</i> konsumen
	12.3. Strategi CRM
13. <i>Online Advertising</i>	13.1. Merancang pengiklanan <i>online</i>
	13.2. Merancang target dan optimalisasi pengiklanan <i>online</i>
	13.3. Pelacakan iklan <i>online</i>
14. <i>Data Analytics</i>	14.1. Merancang tujuan dan indikator kunci keberhasilan (KPI)
	14.2. Pelacakan dan penarikan data
	14.3. Analisis data

#### **D. KEGIATAN PEMBELAJARAN (METODE)**

Pembelajaran akan dilakukan dengan menggabungkan beberapa pendekatan dan metode, seperti ceramah, diskusi, *case-based learning*, maupun *project-based learning*. Dosen akan mendorong dan memfasilitasi mahasiswa untuk aktif mencari dan menemukan berbagai konsep yang harus dikuasai serta capaian pembelajaran sikap (*attitude*) dan *skill*. Untuk memenuhi kondisi tersebut, ada tiga kegiatan utama yang akan dilaksanakan dalam perkuliahan:

1. Dosen sebagai fasilitator dalam kegiatan belajar mengajar. Pada pertemuan pertama memperkenalkan diri dengan bersemangat dan menyampaikan garis besar RPS dan SAP, di antaranya keseluruhan materi yang akan dipelajari dalam satu semester. Pembagian tugas (individu dan kelompok) juga diinformasikan dan disepakati pada pertemuan ke-1. Pada setiap diskusi kelas dosen juga mempunyai kewajiban untuk menyajikan paparan sebagai klarifikasi atas materi yang dibahas dalam diskusi kelas.
2. Penugasan, mencakup penugasan individu maupun kelompok yaitu membuat konten pemasaran, website/blog, dan penugasan lainnya.





3. Diskusi kelas. Setiap kelompok mendapat kesempatan untuk presentasi kelompok dan diskusi kelas. Pada setiap akhir diskusi kelas, dosen harus memberikan pengarahan dan masukan untuk mengklarifikasi materi yang dibahas dalam diskusi.

### 1) *Case-based Learning*

- kasus yang dibahas adalah:
  - a) Melaksanakan praktik riset pasar bisnis digital (pertemuan 3)
  - b) Membuat konten pemasaran bisnis digital (pertemuan 4)
  - c) Merancang *layout* pemasaran (pertemuan 5)
  - d) Merancang konsep konten pemasaran yang berempati terhadap pengguna (pertemuan 6)
  - e) Merancang *website* dan strategi SEO yang efektif (pertemuan 7)
  - f) Merancang frase kunci yang efektif (pertemuan 9)
  - g) Merancang strategi pengoptimalan manfaat e-mail marketing (pertemuan 10)
  - h) Merancang konsep serta strategi pemasaran dengan pemanfaatan media sosial secara efektif (pertemuan 11)
  - i) Merancang konsep serta strategi pemasaran dengan pemanfaatan *e-commerce* secara efektif (pertemuan 12)
  - j) Merancang strategi dan konsep CRM serta pemanfaatan *database* konsumen (pertemuan 13)
  - k) Merancang target dan optimisasi pengiklanan *online* dan pelacakannya (pertemuan 14)
  - l) Merancang tujuan serta indikator kunci keberhasilan(KPI) dan pelacakan penarikan&analisis data (pertemuan 15)
- langkah-langkah pembelajarannya adalah:
  - a. Pembelajaran dilaksanakan secara *online* (dalam jaringan),
  - b. Ada dua (2) model pembelajaran daring yang dilaksanakan, yaitu:
    - 1) *Synchronous*:  
Yaitu interaksi/komunikasi secara langsung antara dosen dan mahasiswa (*live*) dengan memanfaatkan media *video*



*conference* (*zoom meeting*, *google meet*, dan lain-lain) atau interaksi melalui *chatting* via aplikasi. Adapun interaksi yang dilakukan berupa:

- Presentasi,
- Diskusi,
- Tanya jawab.

2) *Asynchronous*:

Yaitu interaksi/komunikasi secara tidak langsung (*tertunda*). Adapun interaksi yang dilakukan berupa:

- Mahasiswa membaca buku/*paper*/teks bacaan/artikel/jurnal ilmiah,
- Mahasiswa menonton video dosen mengajar,
- Mahasiswa mendengarkan rekaman audio dosen mengajar/bicara,
- Mahasiswa menonton video materi pembelajaran melalui aplikasi *youtube*,
- Mahasiswa mengerjakan tugas,
- Mahasiswa menganalisis dan menyelesaikan kasus....

- Hasil pembelajaran diukur menggunakan instrumen:
  - a. portofolio
  - b. pengamatan
  - c. tes

Lampirkan instrumen penilaian dan/atau rubrik penilaiannya

## E. MEDIA PEMBELAJARAN

Perangkat Keras	Perangkat Lunak
1. Proyektor	1. <i>Microsoft Teams</i>
2. Laptop	2. <i>Zoom Meetings</i>
	3. <i>WhatsApp</i>

## F. TUGAS (TAGIHAN)

- a. *Self Assessment*
- b. Penilaian Tugas
- c. *Project*



## G. PENILAIAN

### 1. Komponen dan bobot penilaian dalam persentase:

(Komponen dan bobot penilaian terkait dengan CPMK yang ada dalam butir B).

- a. Sikap 10%
- b. Keterampilan Umum 25%
- c. Keterampilan Khusus 30%
- d. Pengetahuan 35%

#### Catatan:

Penilaian menjadi hak prerogatif dosen dengan memperhatikan karakteristik MK dan bobot CPL (S, KU, KK, & P) yang dibebankan pada MK tersebut.

### 2. Strategi penilaian:

- a. Tes Tulis,
- b. Tes *Performance*,
- c. Portofolio.

Strategi Penilaian	Aspek yang Dinilai			
	Sikap	Keterampilan Umum	Keterampilan Khusus	Pengetahuan
Tes prestasi ( <i>Achievement test</i> )	○	◐	●	●
Penilaian Kinerja	◐	●	●	●
Portofolio	◐	●	◐	◐
Observasi	●	◐	◐	◐
Survei	●	◐	○	○
Data Longitudinal	◐	●	●	○
Data Administratif	◐	●	●	○
Review Eksternal	○	●	○	○

*Esdal, Lars. Defining & Measuring Student-Centered Outcomes. Education Evolving, 2018, pp. 19.*



### **Keterangan:**

- Tidak digunakan dalam penilaian
  - ◐ Kadang digunakan dalam dalam kasus penilaian tertentu
  - Sering digunakan untuk menilai keterampilan yang dimaksud
    - Sikap (mencakup Keterampilan Abad ke-21 yang relevan)
    - Keterampilan Umum (Mencakup Keterampilan Abad ke-21 dan Literasi digital yang relevan)
    - Strategi penilaian disesuaikan dengan aktivitas yang dilakukan mahasiswa dalam matakuliah.
    - Keterampilan Abad ke-21 menyesuaikan Permendikbud yang terdiri atas 6 C, yaitu: *Communication, Collaboration, Critical thinking, Creative thinking, Computational logic, Compassion* dan *Civic responsibility*.
3. Instrumen: *tuliskan jenis tes (misalnya pilihan ganda atau esai), instrumen dan rubrik penilaian produk akademik/portofolio yang digunakan. (Lampirkan instrumen dan rubrik penilaian dalam dokumen RPS ini)*

**Rubrik** merupakan panduan atau pedoman penilaian yang menggambarkan kriteria yang diinginkan dalam menilai atau memberi tingkatan dari hasil kinerja belajar mahasiswa. Rubrik terdiri dari dimensi atau aspek yang dinilai dan kriteria kemampuan hasil belajar mahasiswa ataupun indikator capaian belajar mahasiswa.

### **Tujuan penilaian menggunakan rubrik:**

- Memperjelas dimensi atau aspek dan tingkatan penilaian dari capaian pembelajaran mahasiswa;
- dapat menjadi pendorong atau motivator bagi mahasiswa untuk mencapai capaian pembelajarannya.





Pertemuan	Indikator	E	D	C-	C	C+	B-	B	B+	A-	A
	pemasaran										
11	Mahasiswa mampu memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran digital										
12	Mahasiswa mampu memanfaatkan <i>e-commerce</i> sebagai saluran pemasaran digital										
13	Mahasiswa mampu merancang strategi untuk meningkatkan <i>customer engagement</i>										
14	Mahasiswa mampu mengoptimalkan fasilitas <i>online advertising</i>										
15	Mahasiswa mampu merancang dan mengevaluasi indikator keberhasilan strategi pemasaran digital										
16	UAS										

#### 4. Kriteria penilaian/kelulusan

Mahasiswa dikategorikan lulus mata kuliah ini apabila memiliki nilai akhir minimal C berdasarkan rentang penilaian berikut ini:

Tingkat Penguasaan (%)	Huruf	Angka	Keterangan
86 – 100	A	4,0	Lulus
81 – 85	A-	3,7	Lulus
76 – 80	B+	3,3	Lulus
71 – 75	B	3,0	Lulus
66 – 70	B-	2,7	Lulus
61 – 65	C+	2,3	Lulus
56 – 60	C	2,0	Lulus
51 – 55	C-	1,7	Belum Lulus
46 – 50	D	1,0	Belum Lulus



Tingkat Penguasaan (%)	Huruf	Angka	Keterangan
0 – 45	E	0,0	Belum Lulus

## H. KEBIJAKAN PERKULIAHAN

- a. Kehadiran : Mahasiswa yang tidak hadir, baik dengan pemberitahuan atau tidak, lebih dari 20% dari total pertemuan dianggap tidak lulus dan mendapat nilai E
- b. Keterlambatan :
  - Keterlambatan masuk kelas selama 1-10 menit diizinkan mengikuti perkuliahan
  - Keterlambatan masuk kelas lebih dari 10 menit tidak diizinkan mengikuti perkuliahan
  - Keterlambatan penyerahan tugas selama 1-7 hari dari tenggat waktu yang ditetapkan akan mendapat pengurangan nilai sebanyak 20 poin dari total 1-100 poin.
  - Keterlambatan penyerahan tugas selama lebih dari 7 hari dari tenggat waktu yang ditetapkan akan mendapatkan nilai 0.
- c. Tidak mengikuti ujian/tidak menyerahkan tugas : Mahasiswa yang tidak mengikuti ujian atau tidak menyerahkan tugas tanpa pemberitahuan akan diberikan nilai D pada ujian/tugas tersebut.
- d. Kecurangan akademik : Mahasiswa wajib mematuhi standar aturan dan kebijakan tentang kejujuran akademik dan menghindari tindakan plagiarisme dan kecurangan dalam ujian. Tindakan plagiarisme dan kecurangan dalam ujian akan diberikan



nilai E pada ujian tersebut.

- e. Etika di dalam kelas luring :
- Mahasiswa tidak diperkenankan mengenakan pakaian yang memperlihatkan aurat (ketat/transparan).
  - Mahasiswa tidak menggunakan alat komunikasi untuk keperluan yang tidak terkait dengan pembelajaran.
  - Mahasiswa tidak membuat kegaduhan yang mengganggu ketertiban pembelajaran.
  - Mahasiswa menggunakan dresscode yang telah ditentukan oleh prodi D-3 Administrasi Perkantoran
  - Meminta izin (dengan cara mengangkat tangan) jika ingin berbicara, bertanya, menjawab, meninggalkan kelas atau keperluan lain
  - Saling menghargai dan tidak membuat kegaduhan/gangguan/ kerusakan dalam kelas
- f. Etika di dalam kelas daring :
- Mahasiswa tidak diperkenankan mengenakan pakaian yang memperlihatkan aurat (ketat/transparan).
  - Mahasiswa wajib menampilkan identitas diri dalam bentuk tulisan, citra, atau video.
  - Mahasiswa wajib menyalakan fitur kamera ketika dalam *video conference*.
  - Meminta izin (dengan cara mengklik fitur *raise hand*) jika ingin berbicara, bertanya, menjawab, meninggalkan kelas atau keperluan lain
  - Saling menghargai dan tidak membuat kegaduhan/gangguan/ kerusakan dalam kelas *online*.





---

## I. SUMBER (REFERENSI)





1. Stoke, Rob. *eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 5<sup>th</sup> Edition*, 2013, Quirk Education Pty (Ltd).
2. Charlesworth, Alan. *Digital Marketing, A Practical Approach, 3<sup>rd</sup> Edition*, 2018, Routledge.
3. Chaffey, Dave. *Digital Marketing Excellence, Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, 5<sup>th</sup> Edition*, 2017, Routledge.
4. Kotler, Philip. *Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital*, 2017, Wiley.



**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM STUDI D-3 ADMINISTRASI PERKANTORAN**



**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

MATAKULIAH (MK)	KODE MATAKULIAH	BOBOT (SKS)	SEMESTER	TANGGAL PENYUSUNAN
BISNIS DIGITAL	8143-349-2	2 SKS	3 (GANJIL)	
<b>DOSEN PENGAMPU MATAKULIAH</b>  Dr. Osly Usman, M.Bus Shandy Aditya, BIB, MPBS Terrylina Arvinta M, SE., MM	<b>KOORDINATOR PROGRAM STUDI</b>  Munawaroh, S.E., M.Si.	<b>GPJM FAKULTAS</b>  Dr. Christian Wiradendi Wolor, S.E., M.M.	<b>WAKIL DEKAN I</b>  Usep Suhud, M.Si., Ph.D.	<b>TANGGAL REVISI</b>
<b>Capaian Pembelajaran</b>	<b>CPL-Program Studi yang Dibebankan pada Matakuliah</b> ( <i>tuliskan CPL yang relevan dengan matakuliah saja</i> )			
	<b>CPL-1</b>	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan		
	<b>CPL-2</b>	Menginternalisasi etika profesi administratif profesional, sehingga dapat menjalankan tugas secara profesional, bertanggung jawab, tidak memanfaatkan profesinya untuk kepentingan di luar dari lingkup pekerjaannya		
	<b>CPL-3</b>	Mampu memecahkan masalah pekerjaan dengan sifat dan konteks yang sesuai dengan bidang keahlian terapanya didasarkan pada pemikiran logis, inovatif, dan bertanggung jawab atas hasilnya secara mandiri		
	<b>Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)</b>			
	<b>CPMK-1</b>	Analisis Situasi		
<b>CPMK-2</b>	Strategi Pemasaran Digital			



CPMK-3	Riset Pasar						
CPMK-4	Konten Pemasaran						
CPMK-5	<i>UI (User Interface)</i>						
CPMK-6	<i>UX (user experience)</i>						
CPMK-7	<i>Search Engine Optimization</i>						
CPMK-8	<i>Copywriting</i>						
CPMK-9	<i>E-mail Marketing</i>						
CPMK-10	<i>Social Media Marketing</i>						
CPMK-11	<i>E-Commerce</i>						
CPMK-12	<i>Customer Relationship Management</i>						
CPMK-13	<i>Online Advertising</i>						
CPMK-14	<i>Data Analytics</i>						
<b>Sub-Capaian Pembelajaran Matakuliah (Sub-CPMK) (uraian dari CPMK berbasis pertemuan/tatap muka)</b>							
Sub-CPMK-1.1	Mahasiswa mampu melakukan analisis situasi						
Sub-CPMK-2.1	Mahasiswa mampu merencanakan strategi pemasaran digital						
Sub-CPMK-3.1	Mahasiswa mampu melakukan riset pasar						
Sub-CPMK-4.1	Mahasiswa mampu merancang dan mengkomunikasikan konten pemasaran						
Sub-CPMK-5.1	Mahasiswa mampu merancang konten pemasaran dalam perseptif UX ( <i>user experience</i> )						
Sub-CPMK-6.1	Mahasiswa mampu merancang konten pemasaran dalam perseptif UI ( <i>user interface</i> )						
Sub-CPMK-7.1	Mahasiswa mampu memanfaatkan <i>Search Engine Optimization</i> sebagai strategi pemasaran digital						
Sub-CPMK-8.1	Mahasiswa mampu merancang frase kunci yang efektif						
Sub-CPMK-9.1	Mahasiswa mampu memanfaatkan <i>e-mail marketing</i> sebagai saluran pemasaran						
Sub-CPMK-10.1	Mahasiswa mampu memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran digital						
Sub-CPMK-11.1	Mahasiswa mampu memanfaatkan <i>e-commerce</i> sebagai saluran pemasaran digital						
Sub-CPMK-12.1	Mahasiswa mampu merancang strategi untuk meningkatkan <i>customer engagement</i>						
Sub-CPMK-13.1	Mahasiswa mampu mengoptimalkan fasilitas <i>online advertising</i>						
Sub-CPMK-14.1	Mahasiswa mampu merancang dan mengevaluasi indikator keberhasilan strategi pemasaran digital						
<b>Korelasi CPMK dan Sub-CPMK (beri tanda <math>\surd</math> atau arsiran)</b>							
	<b>Sub-CPMK-1.1</b>	<b>Sub-CPMK-2.1</b>	<b>Sub-CPMK-3.1</b>	<b>Sub-CPMK-4.1</b>	<b>Sub-CPMK-</b>	<b>Sub-CPMK-</b>	<b>Sub-CPMK-</b>



						5.1	6.1	7.1
	<b>CPMK-1</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-2</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-3</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-4</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-5</b>	√	√	√	√	√	√	
	<b>CPMK-6</b>	√	√	√	√	√	√	
	<b>CPMK-7</b>	√	√	√	√			√
	<b>CPMK-8</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-9</b>	√	√	√	√			
	<b>CPMK-10</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-11</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-12</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-13</b>	√	√	√	√	√	√	√
	<b>CPMK-14</b>	√	√	√	√	√	√	√



## RINCIAN RENCANA KEGIATAN PEMBELAJARAN

Pekan Ke-	Sub-CPMK	Indikator	Materi Perkuliahan/ Pokok Bahasan	Bentuk/ Metode Pembelajaran	Moda Pembelajaran		Alokasi Waktu	Penilaian		Referensi
					Luring	Daring		Strategi	Kriteria dan Rubrik	
1	Analisis Situasi	Mahasiswa mampu melakukan analisis situasi	Analisis Situasi	Ceramah bervariasi dan Diskusi		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban		
2	Strategi Pemasaran Digital	Mahasiswa mampu merencanakan strategi pemasaran digital	Strategi Pemasaran Digital	Ceramah bervariasi dan Diskusi		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban		
3	Riset Pasar	Mahasiswa mampu melakukan riset pasar	Riset Pasar	Ceramah bervariasi dan Diskusi		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban		



4	Konten Pemasaran	Mahasiswa mampu merancang dan mengkomunikasikan konten pemasaran	Konten Pemasaran	Ceramah bervariasi ,Diskusi, dan Demonstrasi/ Simulasi/ Praktek		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban -Tes <i>Performance</i>		
5	<i>UI (User Interface)</i>	Mahasiswa mampu merancang konten pemasaran dalam perseptif UI ( <i>user interface</i> )	<i>UI (User Interface)</i>	Ceramah bervariasi dan Demonstrasi/ Simulasi/ Praktek		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban -Tes <i>Performance</i>		
6	<i>UX (user experience)</i>	Mahasiswa mampu merancang konten pemasaran dalam perseptif UX ( <i>user experience</i> )	<i>UX (user experience)</i>	Ceramah bervariasi dan Demonstrasi/ Simulasi/ Praktek		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban -Tes <i>Performance</i>		



7	<i>Search Engine Optimization</i>	Mahasiswa mampu memanfaatkan <i>Search Engine Optimization</i> sebagai strategi pemasaran digital	<i>Search Engine Optimizatio</i>	Ceramah bervariasi dan Diskusi		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban		
8	UTS									
9	<i>Copywriting</i>	Mahasiswa mampu merancang frase kunci yang efektif	<i>Copywriting</i>	Ceramah bervariasi dan Diskusi		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban		
10	<i>E-mail Marketing</i>	Mahasiswa mampu memanfaatkan <i>e-mail marketing</i> sebagai saluran pemasaran	<i>E-mail Marketing</i>	Ceramah bervariasi dan Demonstrasi/ Simulasi/ Praktek		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban -Tes <i>Performance</i>		



11	<i>Social Media Marketing</i>	Mahasiswa mampu memanfaatkan media sosial sebagai saluran pemasaran digital	<i>Social Media Marketing</i>	Ceramah bervariasi dan Demonstrasi/ Simulasi/ Praktek		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban -Tes <i>Performance</i>		
12	<i>E-Commerce</i>	Mahasiswa mampu memanfaatkan <i>e-commerce</i> sebagai saluran pemasaran digital	<i>E-Commerce</i>	Ceramah bervariasi dan Demonstrasi/ Simulasi/ Praktek		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban -Tes <i>Performance</i>		
13	<i>Customer Relationship Management</i>	Mahasiswa mampu merancang strategi untuk meningkatkan <i>customer engagement</i>	<i>Customer Relationship Management</i>	Ceramah bervariasi dan Diskusi		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis -Menilai ketepatan jawaban		





14	<i>Online Advertising</i>	Mahasiswa mampu mengoptimalkan fasilitas <i>online advertising</i>	<i>Online Advertising</i>	Ceramah bervariasi dan Diskusi		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis –Menilai ketepatan jawaban		
15	<i>Data Analytics</i>	Mahasiswa mampu merancang dan mengevaluasi indikator keberhasilan strategi pemasaran digital	<i>Data Analytics</i>	Ceramah bervariasi dan Diskusi		√	2 X 50'	-Menilai kemampuan analitis –Menilai ketepatan jawaban		
16	UAS									

**Catatan :**

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang studinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.



6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.