



UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA
FAKULTAS
PROGRAM STUDI

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)		KODE	RUMPUN MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Tgl Penyusunan
Bisnis Digital		MKK 040116	Bisnis Digital	2		IV	13/3/2023
OTORISASI/PENGESAHAN		Dosen Pengembang RPS		Koordinator MK		Ka Prodi	
		Jholant Bringg Luck Amelia, SE.,MM.,M.Ak		Jholant Bringg Luck Amelia, SE.,MM.,M.Ak		Arie Pratania Putri, S.E., M.Si., Ak., CA.	
Capaian Pembelajaran	CPL-PRODI yang Dibebankan pada MK						
	CPL 1.A	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika;					
	CPL 1.B	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;					
	CPL 1.C	Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;					
	CPL 1.D	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri; dan					
	CPL 1.E	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.					
	CPL 1.A	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, dan etika;					
	CPL 2.A	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya;					
	CPL 2.B	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur;					
	CPL 2.C	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi;					
	CPL 2.D	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data;					
	CPL 2.E	Mampu memelihara dan mengembang-kan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya;					
	CPL 2.F	Mampu bertanggungjawab atas pencapaian hasil kerja kelompok dan melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada di bawah tanggungjawabnya;					
	CPL 2.G	Mampu mengimplementasikan teori bidang bisnis digital dalam mengelola organisasi secara etis dan profesional.					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)						

	pemasaran, keuangan, manajemen rantai pasokan, operasi, dan manajemen sumber daya manusia						
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran		1. Dasar Bisnis Digital 2. Perdagangan Elektronik 3. Infrastruktur Bisnis Digital 4. Lingkungan Bisnis Secara Elektronik 5. Strategi Bisnis Digital 6. Supply Chain Management dalam Digital 7. Pengadaan Secara Elektronik 8. UTS 9. Pemasaran Digital 10. Konsep Relationship Management dalam Digital 11. Bussiness Case 12. Manajemen Perubahan dalam Organisasi 13. Perencanaan Bisnis Digital 14. Pelayanan Bisnis Digital					
Pustaka		Utama:					
		Dave Chaffey;(2018) Digital Business And E-Commerce Management – Strategy, Implementation And Practice; Pearson, Six Edition. I Putu Eka Pratama; (2015) E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce, Berbasiskan Opem Source – Teori dan Praktek, Penerbit Informatika, Jakarta. Jefferly Helianthusonfry, Tools for Social Media Marketing, Penertbit Gramedia Jakarta Agus Saputra dan Feni Agustin, Membangun Sistem Aplikasi E Commerce dan SMS,					
		Pendukung:					
		-					
Dosen Pengampu		Jholant Bringg Luck Amelia, SE...,MM.,M.Ak					
Mata Kuliah Prasyarat		Bisnis Digital					
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran;Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik				
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	(8)

1	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik Bisnis Digital dan E-Commerce	1.1. Ketepatan menelaah pengertian bisnis digital dan e-commerce. 2.2. Ketepatan membedakan bisnis digital dengan bisnis konvensional. 3.3. Ketepatan dalam menelaah bentuk-bentuk kepemilikan bisnis digital.	Powerpoint Presentation	Powerpoint Presentation		Materi: Business Pustaka: <i>Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson</i>	10%
2	Mahasiswa mampu menelaah marketplace analysis untuk e-commerce.	1.1. Ketepatan menelaah pengertian bisnis digital dan e-commerce. 2.2. Ketepatan membedakan bisnis digital dengan bisnis konvensional.	Kriteria: 1. Rubrik holistik 2. Mencontohkan model bisnis e-commerce Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Powerpoint Presentation		Materi: Business Pustaka: <i>Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson</i>	
3	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik infrastruktur bisnis digital	1.1. Ketepatan menelaah	Kriteria: 1. Rubrik Holistik	Powerpoint Presentation		Materi: Ownership Pustaka: <i>Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce</i>	

		pengertian infrastruktur bisnis digital. 2.2. Ketepatan menelaah elemen infrastruktur bisnis digital. 3.3. Ketepatan menelaah fungsi layanan web (web services), cloud computing dan service-oriented architecture (SOA).	2. Menganalisa keuntungan dan kelemahan open source software Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif			<i>Management. New York: Pearson</i> Materi: Business Pustaka: <i>McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition. McGraw-Hill</i>	
4	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik strategi bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah pengertian dan tahapan strategi bisnis digital. 2.2. Ketepatan menelaah strategi saluran digital (digital channel strategies). 3.3. Ketepatan menelaah	Kriteria: 1. Rubrik holistik 2. Analisa studi kasus Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Powerpoint Presentation		Materi: Business Strategic Pustaka: <i>Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson</i>	

		analisis strategis dengan SWOT. 4.4. Ketepatan menelaah strategi bisnis digital untuk usaha kecil dan menengah/SME s.					
5	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik etika bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah prinsip-prinsip etika bisnis digital. 2.2. Ketepatan menelaah bentuk-bentuk (digital business social responsibility).	Kriteria: 1. Rubrik holistik 2. Analisa bisnis digital Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Powerpoint Presentation		Materi: Business Strategic Pustaka: <i>McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition. McGraw-Hill</i>	
6	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen perubahan dalam bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah pengertian dan tantangan transformasi bisnis digital. 2.2. Ketepatan menelaah jenis-jenis perubahan dalam	Kriteria: 1. Rubrik holistik 2. Membuat video tentang topik manajemen perubahan Bentuk Penilaian : Aktifitas	Powerpoint Presentation		Materi: Business ethic Pustaka: <i>Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson</i>	

		bisnis digital. 3.3. Ketepatan menelaah penggunaan knowledge management untuk menciptakan perubahan dalam organisasi/perusahaan berbasis digital.	Partisipasif				
7	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen perubahan dalam bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah pengertian dan tantangan transformasi bisnis digital. 2.2. Ketepatan menelaah jenis-jenis perubahan dalam bisnis digital. 3.3. Ketepatan menelaah penggunaan knowledge management untuk menciptakan perubahan dalam	Kriteria: 1. Rubrik holistik 2. Membuat video tentang topik manajemen perubahan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Powerpoint Presentation		Materi: Business and ethics Pustaka: McHugh Nickels. 2014. <i>Understanding Business 8th Edition.</i> McGraw-Hill	

		organisasi/perusahaan berbasis digital.					
8	Ujian Tengah Semester (UTS)						
9	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen supply chain bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah pengertian supply chain management. 2.2. Ketepatan menelaah model supply chain management di B2B. 3.3. Ketepatan menelaah value chain di bisnis digital. 4.4. Ketepatan menelaah e-SCM.	Kriteria: 1.Rubrik holistik 2.Menganalisa study kasus Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Powerpoint Presentation		Materi: Manajemen operasi dalam bisnis digital Pustaka: Suryana & Yoga Perdana. 2020. <i>Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0.</i> Salemba	
10	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen supply chain bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah pengertian supply chain management. 2.2. Ketepatan menelaah model	Kriteria: 1.Rubrik holistik 2.Menganalisa study kasus Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Powerpoint Presentation		Materi: Developing sistem supply chain Pustaka: Kenneth C. Loudon & Jane P Ludon. 2014. <i>Management Information System: Managing Digital Firm.</i> Pearson	

		supply chain management di B2B. 3.3. Ketepatan menelaah value chain di bisnis digital. 4.4. Ketepatan menelaah e-SCM.					
11	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik Pemasaran dan Customer Relationship Management bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah strategi pemasaran digital. 2.2. Ketepatan menelaah jenis-jenis customer relationship management di bisnis digital.	Kriteria: 1. Rubrik holistik 2. Membuat visualisasi strategi digital marketing Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Powerpoint Presentation		Materi: Manajemen operasi dalam bisnis digital Pustaka: Suryana & Yoga Perdana. 2020. <i>Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0.</i> Salemba	
12	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik Pemasaran dan Customer Relationship Management bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah strategi pemasaran digital. 2.2. Ketepatan menelaah jenis-jenis customer relationship management di bisnis digital.	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Powerpoint Presentation		Materi: How to get a loyal customer Pustaka: Dave Chaffey. 2019. <i>Digital Business and E-Commerce Management.</i> New York: Pearson	

13	Mahasiswa mampu menelaah aspek keuangan bisnis digital	1.1. Ketepatan menelaah aspek keuangan bisnis digital. 2.2. Ketepatan menelaah proses pencatatan hingga pelaporan keuangan bisnis digital.	Kriteria: 1. Rubrik holistik 2. Merangkum aspek keuangan bisnis digital Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Powerpoint Presentation		Materi: Strategi pemasaran Pustaka: <i>Suryana & Yoga Perdana. 2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0. Salemba</i>	
14	Mahasiswa mampu melakukan analisis desain bisnis digital.	1.1. Ketepatan menelaah aspek desain bisnis digital. 2.2. Ketepatan menelaah process modelling dan data modelling . 3.3. Ketepatan menelaah user-centered design dan manajemen pengalaman	Kriteria: 1. Rubrik holistik 2. Menyusun draft rencana bisnis digital	Powerpoint Presentation		Materi: Financial aspect Pustaka: <i>Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson</i>	

		pelanggan. 4.4. Ketepatan menelaah security design.					
15	Mahasiswa mampu mempresentasikan rencana bisnis digitalnya	Ketepatan menyusun rencana bisnis digital (Business plan)	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	• Powerpoint Presentation		Materi: Aspek Keuangan dalam bisnis Pustaka: <i>Suryana & Yoga Perdana. 2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0. Salemba</i>	10%
16	Ujian Akhir Semester (UAS)						