

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

1. Identitas Mata Kuliah

Nama Mata Kuliah	:	Strategi Bisnis Digital
Kode Mata Kuliah	:	MKB120
Tipe Mata Kuliah	:	Wajib
Bobot Mata Kuliah	:	3 sks
Semester	:	4 (Genap)
Program Studi	:	Manajemen

2. Capaian Pembelajaran Lulusan:

No	Profil Lulusan	Deskripsi Profil Lulusan
CPL1	Wirausaha	Sebagai sarjana manajemen yang memiliki jiwa kewirausahaan dan kompetensi manajerial untuk memulai dan/atau mengembangkan usaha yang berorientasi pada adaptasi perkembangan teknologi
CPL2	Manajer	Sebagai sarjana manajemen yang memiliki jiwa kewirausahaan dan kompetensi manajerial untuk mengatur, memimpin pekerjaan dan kerja sama pada organisasi yang berorientasi pada adaptasi perkembangan teknologi.

3. Tujuan

- Memberikan pemahaman mendalam tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks bisnis. Melalui mata kuliah ini, mahasiswa akan mempelajari bagaimana memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengoptimalkan bisnis secara online.
- Memberikan mahasiswa keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengukur keberhasilan strategi bisnis digital, serta mampu menghadapi tantangan dan perubahan di era digital yang cepat. Dalam mata kuliah ini, mahasiswa juga akan mempelajari tentang tren dan inovasi terbaru dalam bisnis digital, seperti mobile marketing, social media marketing, dan e-commerce.
- Membekali mahasiswa dengan kemampuan untuk mengembangkan strategi bisnis digital yang efektif dan berkelanjutan, sehingga dapat berkontribusi dalam pengembangan bisnis dan perekonomian secara keseluruhan.

4. Deskripsi Matakuliah

Mata kuliah strategi bisnis digital adalah mata kuliah yang membahas tentang penggunaan teknologi digital dalam konteks bisnis. Mata kuliah ini akan membahas berbagai konsep dan teori terkait bisnis digital, serta aplikasinya dalam praktik bisnis. Mahasiswa akan mempelajari tentang berbagai aspek bisnis digital, seperti strategi pemasaran digital, strategi penjualan online, operasi bisnis online, manajemen data dan informasi, dan strategi pengembangan bisnis online.

Selama kuliah, mahasiswa akan belajar tentang tren dan inovasi terbaru dalam bisnis digital, seperti mobile marketing, social media marketing, big data, dan e-commerce. Mahasiswa juga akan mempelajari bagaimana memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan profitabilitas bisnis.

Matakuliah ini bersifat wajib pada program studi manajemen di STIE SBI Yogyakarta. Bobot mata kuliah ini adalah 3 SKS.

5. Capaian Pembelajaran Mata kuliah:

- Memahami konsep strategi bisnis digital dan dampaknya terhadap organisasi.
- Memahami dan mampu menerapkan teknologi digital yang relevan dalam pengembangan strategi bisnis.
- Mampu melakukan analisis pasar dan mengidentifikasi peluang bisnis digital yang sesuai.
- Mampu mengembangkan dan mengimplementasikan rencana strategi bisnis digital yang efektif dan efisien.
- Memahami cara untuk mengukur keberhasilan strategi bisnis digital dan membuat keputusan yang tepat untuk memperbaiki kinerja bisnis

6. Evaluasi Hasil Belajar Mahasiswa :

Keberhasilan belajar mahasiswa ditentukan berdasarkan partisipasi mahasiswa dalam perkuliahan, presentasi kelompok, tugas, quiz dan keikutsertaan dalam ujian. Nilai akhir ditentukan dari komponen-komponen persentase, nilai tugas, nilai quiz, ujian tengah semester (UTS) dan ujian akhir semester (UAS).

7. Pokok Bahasan (Materi Kuliah)

Per temu an	Materi	Sub Materi	Sub CPMK	Metode pembe lajaran
1	Penjelasan Silabus dan Kontrak belajar	Rencana Pembelajaran Semester (RPS), Capaian dan Tujuan Pembelajaran, Pokok-pokok Bahasan Referensi, Sistem Penilaian, dan Strategi Pembelajaran, Pendahuluan Konsep Digital Marketing	Mahasiswa Mengetahui materi dan metode pembelajaran selama 14 pertemuan serta mengetahui konsep digital marketing	Penjelasan Materi, Diskusi
2	E-Commerce	1)Pengertian E-Commerce, 2) Ciri khas ecommerce, 3)Contoh ecommerce, 4) Pengertian ebusiness, 5) Ciri dari ebusiness, 6) Contoh ebusiness, 7)Perbedaan antara ebusiness dan ecommerce	Memberikan pemahaman tentang bisnis online dan pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis	Penjelasan Materi, Diskusi
3	Website dan Landing Page	1)Pengertian Website, 2)Mengapa Website itu penting, 3) Bagaimana cara membuat Website, 4) Website yang baikseperti apa, 5) Hal-hal yang perlu diperhatikan pada website, 6)Pengertian Landing Page, 7)Mengapa LandingPage itu penting, 8)Konsep Landing Page, 9) Cara membuatLanding Page	Memberikan pemahaman tentang bagaimana membangun website yang efektif dan landing page yang dapat meningkatkan konversi pengunjung menjadi pelanggan	Penjelasan Materi, Diskusi
4	Search Engine Marketing (SEM) dan Search Engine Optimization (SEO)	1)Pengertian Search Engine Optimization(SEO), 2)Tujuan dan Manfaat Search Engine Optimization (SEO), 3)Jenis Search Engine Optimization (SEO), 4)Strategi dan Cara Kerja Search Engine Optimization (SEO), 5)Pengertian Search Engine Marketing (SEM), 6)Fungsi Search Engine Marketing(SEM), 7)Contoh Search Engine Marketing, 8) Google Ads (Pengertian dan Cara Kerja), 9)Facebook Ads (Pengertian dan CaraKerja)	Diharapkan mahasiswa dapat memahami teknik-teknik untuk meningkatkan visibilitas website pada mesin pencari, baik melalui cara berbayar maupun cara gratis, sehingga dapat menjadi digital marketer yang sukses dan berkompeten dalam industri online.	Penjelasan Materi, Diskusi
5	Pay Per Click (PPC)	1)Pengertian Pay PerClick (PPC), 2)Manfaat Pay Per Click (PPC), 3)Contoh Pay Per Click (PPC), 4)Mengapa Pentingmenggunakan Pay Per Click (PPC),5)Bagaimana menggunakan dancara kerja Pay PerClick (PPC)	Mahasiswa dapat memahami prinsip dasar iklan PPC dan teknik-teknik pengembangan dan pengelolaan kampanye iklan online yang efektif,	Penjelasan Materi, Diskusi

6	Content Marketing : The Power of Content (3E) and Copy Writer	1)Pengertian Content Marketing, 2)Manfaat dan Tujuan Content Marketing, 3)Contoh Content Marketing,4)The Power of Content (3E), 5)Copy Writer : Pengertian danPenerapan	Mahasiswa dapat memahami prinsip dasar content marketing dan teknik-teknik pengembangan dan penulisan konten yang efektif	Penjelasan Materi, Diskusi
7	Inbound Marketing (Full Funnel Marketing)	1)Apa itu StrategiFunnel, 2) Pengertian <i>Marketing Funnel</i> , 3) Tujuan <i>MarketingFunnel</i> , 4) Tahapan <i>MarketingFunnel</i> , 5) Strategi <i>MarketingFunnel</i>	Mahasiswa dapat memahami prinsip dasar inbound marketing dan teknik-teknik pengembangan dan pengelolaan kampanye pemasaran inbound yang efektif,	Penjelasan Materi, Diskusi
8	Ujian Tengah Semester			
9	E-Environment	1)Pengertian e-environment, 2)Faktor Ekonomi dalam e-Environment, 3)Social e-environment, 4)e-environment diIndonesia	Mahasiswa dapat memahami dampak lingkungan dari penggunaan TIK dan cara mengelola TIK secara berkelanjutan dan ramah lingkungan, sehingga dapat menjadi profesional TIK yang bertanggung jawab dan berkompeten dalam mengelola lingkungan secara berkelanjutan.	Penjelasan Materi, diskusi presentasi kelompok
10	Email Marketing and Online PR	1)Pengertian Email Marketing, 2)Manfaat dan Tujuan Email Marketing, 3)Jenis dan StrategiEmail Marketing, 4)Cara Kerja atau cara menggunakan Email Marketing, 5)Pengertian OnlinePublic Relations, 6)Manfaat dan TujuanOnline Public Relations, 7)Ruang Lingkup Online Public Relations, 8)Cara kerja Online Public Relations	Memberikan pemahaman tentang cara mengembangkan dan mengelola kampanye pemasaran email yang efektif serta cara memanfaatkan PR online untuk memperkuat citra dan reputasi perusahaan	Penjelasan Materi, diskusi presentasi kelompok
11	Video Marketing : Youtube dan Tiktok	1)Pengertian Video Marketing, 2)Manfaat VideoMarketing, 3)Jenis Video Marketing, 4)Cara Kerja Youtubedan Tiktok, 5)Cara Membuat Youtube dan Tiktok, 6)Cara pemasaran Youtube dan Tiktok	Memberikan pemahaman tentang cara mengembangkan dan memanfaatkan video marketing di platform Youtube dan Tiktok untuk mempromosikan produk atau layanan	Penjelasan Materi, diskusi presentasi kelompok
12	Viral Marketing dan Influencer Marketing	1)Pengertian Viral Marketing, 2)Manfaat ViralMarketing, 3)Contoh ViralMarketing, 4)Cara Kerja Viral Marketing, 5)Pengertian Infuencer Marketing, 6)Manfaat Influencer Marketing, 7)Jenis dan Cara Kerja	Memberikan pemahaman tentang cara mengembangkan kampanye pemasaran yang mengandalkan pengaruh viral dan	Penjelasan Materi, diskusi presentasi kelompok

		Influencer Marketing	pengaruh influencer dalam mempromosikan produk atau layanan.	
13	Supply Chain Management (Ref Book)	1)Pengertian Supply Chain Management, 2)Focus : Value Chain, 3)Menggunakan bisnis digital untuk merestrukturisasi supply chain, 4)Implementasi Supply Chain Management, 5)Penetapan tujuan dan manajemen kinerja untuk e-SCM	Memberikan pemahaman tentang manajemen rantai pasokan dan pentingnya manajemen yang efektif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	Penjelasan Materi, diskusi presentasi kelompok
14	Customer Relationship Management (CRM) (Ref Book)	1)Pengertian CRM dan eCRM, 2)Proses pembelian online, 3)Social Media dan Social CRM Strategy, 4)Customer Retention Management, 5)Customer Extension, 6)Technology Solutionfor CRM	Memberikan pemahaman tentang bagaimana sebuah organisasi dapat membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui penerapan teknologi informasi dan strategi bisnis yang efektif.	Penjelasan Materi, diskusi presentasi kelompok
15	Change Management (Ref book)	1)Tantangan Transformasi Bisnis Digital, 2)Berbagai jenis perubahan dalam bisnis, 3)Planning Change, 4)Human resource requirment, 5)Approaches to managing change, 6)Towards to socialbusiness	Memberikan pemahaman tentang bagaimana sebuah organisasi dapat mengelola perubahan dengan efektif, termasuk di dalamnya adalah perubahan dalam sistem, struktur, dan budaya organisasi	Penjelasan Materi, diskusi presentasi kelompok
16	Ujian Akhir Semester			

8. Sumber Belajar

- Dave Chaffey;(2015) Digital Business And E-Commerce Management – Strategy, Implementation And Practice; Pearson,Sixth Edition ==> Utama
- Alex Goncalves; (2017) Sosial Media Analytics Strategy - Using data to optimize Business Performance
- I Putu Eka Pratama; (2015) E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce, Berbasiskan Open Source – Teori danPraktek, 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

9. Komponen penilaian

- Presensi 15%
- Tugas 15%
- Kuis 10%
- UTS 30%
- UAS 30%

10. Skor Penilaian :

NO	NILAI HURUF	NILAI ANGKA		
1	A	85	-	100
2	A-	82.5	-	84.9
3	A/B	80	-	82.4
4	B+	77.5	-	79.9
5	B	75	-	77.4
6	B-	72.5	-	74.9
7	B/C	70	-	72.4
8	C+	67.5	-	69.9
9	C	65	-	67.4
10	C-	60	-	64.9
11	C/D	55	-	59.9
12	D+	50	-	54.9
13	D	45	-	49.9
14	D-	40	-	44.9
15	E	35	-	39.9

Kesepakatan Pembelajaran di Kelas :

1. Kehadiran di kelas maksimal 30 menit, jika lebih dari itu maka mahasiswa tetap boleh masuk kelas tapi tidak boleh presensi di kelas
2. Tidak boleh makan/minum di kelas tanpa seijin Dosen
3. Mahasiswa yang tidak hadir di kelas wajib ijin memberitahu Dosen Pengampu

Yogyakarta, Maret 2023

Dosen Pengampu

(Hardoko, S.Si., M.M.)

