# RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

# Pengantar Bisnis Digital

****

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI**

**UNIVERSITAS LAMPUNG**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| E:\UNILA\Logo_UnivLampung.png | **UNIVERSITAS LAMPUNG**  **FAKULTAS KEGURUAN ILMU PENDIDIKAN**  **PRODI PENDIDIKAN BAHASA LAMPUNG** | | | | | | | | | **Kode Dokumen** |
| **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER** | | | | | | | | | | |
| **MATA KULIAH (MK)** | | | **KODE** | **Rumpun MK** | | **BOBOT (sks)** | | | **SEMESTER** | **Tgl Penyusunan** |
| **Pengantar Bisnis Digital** | | | - |  | | **T=2** | **P=0** | **-** | - | 22 Agustus  2023 |
| **OTORISASI** | | | **Pengembang RPS** | | **Koordinator RMK** | | | | **Koordinator Program Studi** | |
| **WARTARIYUS, S.Kom, M.T.I** | | ....................................... | | | | ..................................... | |
| **Model Pembelajaran** | **Case Study** | | | | | | | | | |
| **Capaian Pembelajaran (CP)** | **CPL-PRODI yang dibebankan pada MK** | | | | | | | | | |
| **1. Sikap** | | | | | | | | | |
| CPL 1.A | Lulusan mampu beradaptasi terhadap konteks permasalahan bisnis digital yang dihadapi dengan baik. | | | | | | | | |
| CPL 1.B | Lulusan mampu mengembangkan keilmuan bisnis digital dengan tepat | | | | | | | | |
| CPL 1.C | Lulusan mampu mengembangkan bisnis digital berdasarkan entrepreneurial leadership secara berkelanjutan | | | | | | | | |
| **2. Keterampilan Umum** | | | | | | | | | |
| **3. Keterampilan Khusus** | | | | | | | | | |
| **4. Pengetahuan** | | | | | | | | | |
| **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)** | | | | | | | | | |
| 1. Mahasiswa mampu menelaah dengan baik teori-teori bisnis. | | | | | | | | | |
| CPMK 1.A | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik lingkungan bisnis. | | | | | | | | |
| CPMK 1.B | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik kepemilikan bisnis dan wirausaha. | | | | | | | | |
| CPMK 1.C | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen dan organisasi. | | | | | | | | |
| CPMK 1.D | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik sumber daya manusia dan pemasaran. | | | | | | | | |
| 2. Mahasiswa mampu merumuskan rencana bisnis secara komprehensif untuk mengembangkan jiwa entrepreneurial leadership. | | | | | | | | | |
| CPMK 2.A | Mahasiswa mampu merumuskan rencana bisnis secara komprehensif. | | | | | | | | |
| **Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)** | | | | | | | | | |
| Sub-CPMK1 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik lingkungan bisnis. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK2 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik lingkungan bisnis. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK3 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik infrastruktur bisnis digital | | | | | | | | |
| Sub-CPMK4 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik strategi bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK5 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik etika bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK6 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen perubahan dalam bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK7 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen perubahan dalam bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK8 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen supply chain bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK9 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen supply chain bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK10 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik Pemasaran dan Customer Relationship Management bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK11 | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik Pemasaran dan Customer Relationship Management bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK12 | Mahasiswa mampu menelaah aspek keuangan bisnis digital | | | | | | | | |
| Sub-CPMK13 | Mahasiswa mampu melakukan analisis desain bisnis digital. | | | | | | | | |
| Sub-CPMK14 | Mahasiswa mampu mempresentasikan rencana bisnis digitalnya | | | | | | | | |
| Sub-CPMK15 | Ujian Akhir Semester | | | | | | | | |
| **Deskripsi Singkat MK** | Mata kuliah ini bertujuan untuk membekali mahasiswa bisnis digital dengan beberapa pengetahuan untuk membantu menavigasi organisasi menuju bisnis digital. Mata kuliah ini mengidentifikasi dan meninjau keputusan manajemen dalam bisnis digital. Mata kuliah ini mennggunakan pendekatan integratif yang mengacu pada pendekatan dan model baru termasuk sistem informasi, strategi, pemasaran, keuangan, manajemen rantai pasokan, operasi, dan manajemen sumber daya manusia | | | | | | | | | |
| **Pustaka** | **Utama :** | |  | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | 1. Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson 2. McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition. McGraw-Hill 3. Kenneth C. Loudon & Jane P Ludon. 2014. Management Information System: Managing Digital Firm. Pearson 4. Suryana & Yoga Perdana. 2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0. Salemba | | | | | | | |
| **Pendukung :** | |  | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Dosen Pengampu** | | WARTARIYUS, S.Kom, M.T.I | | | | | | | |
| **Mg Ke-** | **Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)** | | **Penilaian** | | | **Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [ Estimasi Waktu]** | | **Materi Pembelajaran [ Pustaka ]** | **Bobot Penilaian (%)** |
| **Indikator** | | **Kriteria & Bentuk** | **Luring (*offline*)** | **Daring (*online*)** |
| **(1)** | **(2)** | | **(3)** | | **(4)** | **(5)** | **(6)** | **(7)** | **(8)** |
| **1** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik lingkungan bisnis. | | 1. Ketepatan menelaah pengertian bisnis digital dan e- commerce. 2. Ketepatan membedakan bisnis digital dengan bisnis konvensional. 3. Ketepatan dalam menelaah bentuk- bentuk kepemilikan bisnis digital. | | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Kuliah (Zoom Meeting/Vilearning/Zoom Meeting) dan Diskusi  3 X 50 | **Materi:** Business **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson* | 3% |
| **2** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik lingkungan bisnis. | | 1. Ketepatan menelaah pengertian bisnis digital dan e- commerce. 2. Ketepatan membedakan bisnis digital dengan bisnis konvensional. 3. Ketepatan dalam menelaah bentuk- bentuk kepemilikan bisnis digital. | | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Kuliah (Zoom Meeting/Vilearning/Zoom Meeting) dan Diskusi  3 X 50 | **Materi:** Business **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson* | 3% |
| **3** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik infrastruktur bisnis digital | | 1. Ketepatan menelaah pengertian infrastruktur bisnis digital. 2. Ketepatan menelaah elemen infrastruktur bisnis digital. 3. Ketepatan menelaah fungsi layanan web (web services), cloud computing dan service-oriented architecture (SOA) 4. Ketepatan menelaah open source software | | **Kriteria:**  Rubrik Holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** Ownership **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson*  **Materi:** Business **Pustaka:** *McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition.*  *McGraw-Hill* | 4% |
| **4** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik strategi bisnis digital. | | 1. Ketepatan menelaah pengertian dan tahapan strategi bisnis digital. 2. Ketepatan   menelaah strategi saluran digital (digital channel strategies)   1. Ketepatan   menelaah analisis strategis dengan SWOT   1. Ketepatan   menelaah strategi bisnis digital untuk usaha kecil dan menengah/SMEs. | | **Kriteria:**  Rubrik Holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** Business Strategic **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson*  **Materi:** Business Strategic **Pustaka:** *McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition.*  *McGraw-Hill* | 4% |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **5** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik etika bisnis digital. | 1. Ketepatan menelaah prinsp- prinsip etika bisnis digital.2. Ketepatan menelaah bentuk- bentuk (digital business social responsibility) | **Kriteria:**  Rubrik holistik |  | Diskusi dan kulich via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** Business ethic **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson* | 4% |
|  |  |  |  | **Materi:** Business and ethics **Pustaka:** *McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition.*  *McGraw-Hill* |  |
| **6** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen perubahan dalam bisnis digital. | 1. Ketepatan menelaah pengertian dan tantang transformasi bisnis digital. 2. Ketepatan menelaah jenis-jenis perubahan dalam bisnis digital.3. Ketepatan menelaah penggunaan knowledge management untuk menciptakan perubahan dalam organisasi/perusahaan berbasis digital. | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** Tranformation business **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson*  **Materi:** Challange of business **Pustaka:** *McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition.*  *McGraw-Hill* | 3% |
| **7** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen perubahan dalam bisnis digital. | 1. Ketepatan menelaah pengertian dan tantang transformasi bisnis digital. 2. Ketepatan menelaah jenis-jenis perubahan dalam bisnis digital.3. Ketepatan menelaah penggunaan knowledge management untuk menciptakan perubahan dalam organisasi/perusahaan berbasis digital. | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** Tranformation business **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson*  **Materi:** Challange of business **Pustaka:** *McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition.*  *McGraw-Hill* | 3% |
| **8** |  |  |  | Mengerjakan Ujian Tengah Semester  2 X 50 |  |  | 10% |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **9** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen supply chain bisnis digital. | 1. Ketepatan menelaah pengertian supply chain management 2. Ketepatan menelaah model supply chain management di B2B.  3. Ketepatan menelaah value chain di bisnis digital. 4. Ketepatan menelaah e-SCM. | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning | **Materi:** Manajemen operasi dalam bisnis digital **Pustaka:** *Suryana & Yoga Perdana.*  *2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri*  *4.0. Salemba* | 4% |
|  |  |  |  |  | **Materi:** Developing sistem supply chain **Pustaka:** *Kenneth C. Loudon & Jane P Ludon. 2014.*  *Management Information System: Managing Digital Firm. Pearson* |  |
| **10** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik manajemen supply chain bisnis digital. | 1. Ketepatan menelaah pengertian supply chain management 2. Ketepatan menelaah model supply chain management di B2B.  3. Ketepatan menelaah value chain di bisnis digital. 4. Ketepatan menelaah e-SCM. | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** Manajemen operasi dalam bisnis digital **Pustaka:** *Suryana & Yoga Perdana.*  *2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri*  *4.0. Salemba* | 4% |
|  |  |  |  |  | **Materi:** Developing sistem supply chain **Pustaka:** *Kenneth C. Loudon & Jane P Ludon. 2014.*  *Management Information System: Managing Digital Firm. Pearson* |  |
| **11** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik Pemasaran dan Customer Relationship Management bisnis digital. | 1. Keteoatan menelaah strategi pemasaran digital 2. Ketepatan menelaah jenis-jenis customer relationship management di bisnis digital | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** How to get a loyal customer **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson* | 4% |
|  |  |  |  |  | **Materi:** Strategi pemasaran **Pustaka:** *Suryana & Yoga Perdana. 2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri*  *4.0. Salemba* |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **12** | Mahasiswa mampu menelaah dengan baik Pemasaran dan Customer Relationship Management bisnis digital. | 1. Keteoatan menelaah strategi pemasaran digital 2. Ketepatan menelaah jenis-jenis customer relationship management di bisnis digital | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** How to get a loyal customer **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson* | 3% |
|  |  |  |  |  | **Materi:** Strategi pemasaran **Pustaka:** *Suryana & Yoga Perdana. 2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri*  *4.0. Salemba* |  |
| **13** | Mahasiswa mampu menelaah aspek keuangan bisnis digital | 1. Ketepatan menelaah aspek keuangan bisnis digital. 2. Ketepatan menelaah proses pencatatan hingga pelaporan keuangan bisnis digital. | **Kriteria:**  Rubrik holistik |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** Financial aspect **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson* | 3% |
|  |  |  |  | **Materi:** Aspek Keuangan dalam bisnis **Pustaka:** *Suryana & Yoga Perdana.*  *2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri*  *4.0. Salemba* |  |
| **14** | Mahasiswa mampu melakukan analisis desain bisnis digital. | 1. Ketepatan menelaah aspek desain bisnis digital 2. Ketepatan menelaah process modelling dan data modelling 3. Ketepatan menelaah user-centered design dan manajemen pengalaman pelanggan. 4. Ketepatan menelaah security design. | **Kriteria:**  Rubrik holistik |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 | **Materi:** Business design **Pustaka:** *Dave Chaffey. 2019. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson* | 3% |
|  |  |  |  | **Materi:** Membangun sebuah bisnis **Pustaka:** *McHugh Nickels. 2014. Understanding Business 8th Edition.*  *McGraw-Hill* |  |
| **15** | Mahasiswa mampu mempresentasikan rencana bisnis digitalnya | Ketepatan menyusun rencana bisnis digital (Business plan) | **Kriteria:**  Rubrik holistik  **Bentuk Penilaian**  :  Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk |  | Diskusi dan kuliah via Zoom Meeting/Google Meet/Vilearning  3 X 50 |  | 35% |
| **16** | Ujian Akhir Semester |  |  | Mengerjakan Soal Ujian Akhir Semester  2 X 50 |  |  | 10% |

**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 prodinya 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, ketrampulan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.

1. **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.

1. **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.
2. **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.

1. **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.
2. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
3. **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.
4. **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.
5. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub- pokok bahasan.
6. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
7. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

**PENILAIAN AKHIR MATA KULIAH\***

|  |  |
| --- | --- |
| **KomponenPenilaian** | **BobotPenilaian (%)** |
| Sikap, Perilaku, dan Keaktifan | 25 |
| Diskusi Penyelesaian kasus | 35 |
| Tugas | 10 |
| Kuis | 10 |
| Ujian Tengah Semester | 10 |
| Ujian Akhir Semester | 10 |

|  |  |
| --- | --- |
| **Nilai Akhir Mata Kuliah** | **HurufMutu** |
| 𝑵𝑨 ≥ 𝟕𝟔 | A |
| 𝟕𝟏 ≤ 𝑵𝑨<𝟕𝟔 | B+ |
| 𝟔𝟔 ≤ 𝑵𝑨<𝟕𝟏 | B |
| 𝟔𝟏 ≤ 𝑵𝑨<𝟔𝟔 | C+ |
| 𝟓𝟔 ≤ 𝑵𝑨<𝟔𝟏 | C |
| 𝟓𝟎 ≤ 𝑵𝑨<𝟓𝟔 | D |
| 𝑵𝑨<𝟓𝟎 | E |