	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER **PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL**					Kode Dokumen: RPS-01-03
MATA KULIAH (MK)		**KODE**	**Rumpun MK**	**BOBOT (sks)**	**SEMESTER**	**Tgl Penyusunan**
Pengantar Ekonomi dan Bisnis		26153106	Mata Kuliah Dasar Keilmuan (MKDK)	T=3 P=0	Ganjil Tahun Ajaran 2026/2027	07 Juni 2026
OTORISASI		**Pengembang RPS**	**Koordinator RMK**		**Ketua PROGRAM STUDI**	
		Nur Rizky Putri Mahadi, SE., ME	Nur Rizky Putri Mahadi, SE., ME		Sitti Husna Noviana Djou, SE., M.Si.	
CPL-PRODI yang dibebankan pada MK	CPL-C1	Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, menjunjung tinggi nilai moral, etika akademik, dan integritas dalam praktik bisnis digital.				
	CPL-C2	Menunjukkan karakter mandiri, bertanggung jawab, adaptif terhadap perubahan teknologi, serta berjiwa kewirausahaan digital.				
	CPL-A1	Menguasai konsep dan teori dasar manajemen, kewirausahaan, dan model bisnis digital berbasis UMKM dan ekonomi kreatif.				
	CPL-A2	Menguasai prinsip dan konsep teknologi digital (AI, Big Data, IoT, Cloud Computing, Digital Marketing, E-Commerce, dsb.) dalam konteks pengembangan bisnis.				
	CPL-A3	Memahami ekosistem transformasi digital, regulasi bisnis digital, etika profesi, serta tata kelola bisnis berbasis teknologi.				
	CPL-P1	Mampu berpikir kritis, analitis, dan inovatif dalam mengidentifikasi serta memecahkan				

		permasalahan bisnis digital secara sistematis.
	CPL-P2	Mampu berkomunikasi secara efektif, bekerja sama dalam tim multidisipliner, serta memanfaatkan teknologi informasi dalam penyusunan laporan dan presentasi profesional.
	CPL-P3	Mampu melakukan penelitian terapan sederhana dan menyusun karya ilmiah atau laporan bisnis berbasis data secara akuntabel.
	CPL-P4	Mampu merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi model bisnis digital berbasis UMKM dan usaha kreatif secara inovatif dan berkelanjutan.
	CPL-P5	Mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital, analisis data bisnis, dan optimalisasi platform digital untuk meningkatkan kinerja usaha.
	CPL-P6	Mampu menginisiasi dan mengelola startup atau proyek kewirausahaan digital dengan memanfaatkan teknologi terkini serta prinsip manajemen yang profesional.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep fundamental ekonomi mikro dan makro serta permasalahan pokok ekonomi dalam konteks bisnis digital. [CPL-A1] [CPL-A1]
	CPMK2	Mahasiswa mampu menganalisis mekanisme pasar, elastisitas, dan teori perilaku konsumen serta produsen untuk pengambilan keputusan bisnis. [CPL-P1] [CPL-P1]
	CPMK3	Mahasiswa mampu mengevaluasi struktur pasar dan implikasinya terhadap strategi bersaing perusahaan di era digital. [CPL-P1, CPL-A3] [CPL-P1, CPL-A3]
	CPMK4	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar bisnis, bentuk badan usaha, dan fungsi manajemen dalam organisasi bisnis digital. [CPL-A1, CPL-C2] [CPL-A1, CPL-C2]
	CPMK5	Mahasiswa mampu menganalisis indikator ekonomi makro dan kebijakan pemerintah serta dampaknya terhadap bisnis digital. [CPL-P1, CPL-A3] [CPL-P1, CPL-A3]
	CPMK6	Mahasiswa mampu merancang model bisnis digital yang adaptif terhadap tren ekonomi dan transformasi digital. [CPL-P4, CPL-C2] [CPL-P4, CPL-C2]
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	

	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan ruang lingkup ilmu ekonomi, permasalahan pokok ekonomi, dan konsep dasar bisnis dalam konteks digital. [CPMK1, CPMK4]
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu menganalisis permintaan, penawaran, keseimbangan pasar, dan elastisitas untuk pengambilan keputusan bisnis. [CPMK2]
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu menganalisis teori perilaku konsumen dan produksi serta menerapkannya dalam strategi bisnis. [CPMK2]
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu mengevaluasi struktur pasar (persaingan sempurna, monopolistik, oligopoli, monopoli) dan implikasinya terhadap strategi bersaing. [CPMK3]
	Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu menjelaskan bentuk badan usaha dan fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian) dalam bisnis digital. [CPMK4]
	Sub-CPMK6	Mahasiswa mampu menganalisis indikator ekonomi makro (inflasi, pertumbuhan ekonomi, kebijakan fiskal-moneter) dan dampaknya terhadap bisnis. [CPMK5]
	Sub-CPMK7	Mahasiswa mampu merancang model bisnis digital yang adaptif terhadap transformasi ekonomi dan peluang ekonomi digital. [CPMK6]
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Pengantar Ekonomi dan Bisnis (3 SKS) merupakan mata kuliah dasar keilmuan pada Program Studi S1 Bisnis Digital yang membekali mahasiswa dengan konsep fundamental ekonomi mikro dan makro serta prinsip-prinsip dasar bisnis sebagai landasan berpikir analitis dalam konteks transformasi digital. Mata kuliah ini dirancang untuk mengantarkan mahasiswa pada pemahaman sistematis mengenai perilaku konsumen dan produsen, mekanisme pembentukan harga pasar, struktur pasar, serta indikator ekonomi makro seperti inflasi, pertumbuhan ekonomi, dan kebijakan fiskal-moneter, yang kemudian dihubungkan dengan dinamika bisnis kontemporer di era ekonomi digital.	
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	Ruang lingkup ilmu ekonomi dan permasalahan pokok ekonomi; permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar; elastisitas dan aplikasinya dalam keputusan bisnis; teori perilaku konsumen dan produksi; struktur pasar (persaingan sempurna, monopolistik, oligopoli, dan monopoli); konsep dasar bisnis, bentuk badan usaha, dan fungsi manajemen; indikator ekonomi makro dan kebijakan pemerintah; transformasi model bisnis dan peluang ekonomi digital.	
Pustaka	**Utama:**	
	Mankiw, N. G. (2020). Principles of Economics (9th ed.). Cengage Learning.	

	Salvatore, D. (2019). Managerial Economics: Principles and Worldwide Applications (9th ed.). Oxford University Press. Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management (16th ed.). Pearson.
	Pendukung:
	Selasi, D., Vidiati, C., Amrulloh, A., Leunupun, E. G., Gustika, R., Mahadi, N. R. P., Sundari, A., Killay, T., Sulistyowati, A., Qodriah, S. L., Purwanto, S., Siagian, F. H., Nasila, R., & Sari, M. N. (2024). Ekonomi Manajemen. Mega Press Nusantara. Dama, D. P., Wahdah, G. F., Syamsinah, S., Mahadi, N. R. P., & Nasila, R. (2024). Pendampingan penyusunan rencana kerja anggaran Setda Provinsi Gorontalo tahun 2025. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(5).
Dosen Pengampu	Pengantar Ekonomi dan Bisnis
Matakuliah syarat	-

B. Matriks Rencana Pembelajaran

No	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	**Sub-CPMK1** Menjelaskan ruang lingkup ilmu ekonomi, permasalahan pokok ekonomi, dan konsep dasar bisnis dalam	Mengidentifikasi ruang lingkup dan cabang-cabang ilmu ekonomi Menjelaskan permasalahan pokok ekonomi (kelangkaan,	Kriteria: ketepatan dan kelengkapan penjelasan konsep. Teknik: tes tulis pilihan ganda dan uraian singkat.	Ceramah interaktif, tanya jawab, dan diskusi kelompok kecil mengenai permasalahan pokok ekonomi di era digital [3x50 menit]	Membaca materi e-book Mankiw Bab 1, menonton video pembelajaran, dan mengerjakan kuis	Ruang lingkup ilmu ekonomi, permasalahan pokok ekonomi, konsep dasar bisnis digital [Mankiw (2020) Bab 1; Kotler &	3

	konteks digital	pilihan, dan opportunity cost) Menguraikan konsep dasar bisnis dan kaitannya dengan transformasi digital			pendahuluan pada LMS [3x60 menit]	Keller (2021) Bab 1]	
2	**Sub-CPMK1** Menjelaskan konsep dasar bisnis, bentuk badan usaha, dan fungsi manajemen dalam organisasi bisnis digital	Mengidentifikasi jenis-jenis bentuk badan usaha di Indonesia Menjelaskan empat fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, pengendalian) Menguraikan penerapan fungsi manajemen pada bisnis digital	Kriteria: ketepatan identifikasi dan kelengkapan uraian. Teknik: tes tulis uraian dan penilaian tugas ringkas.	Ceramah, studi kasus bentuk badan usaha UMKM, dan diskusi kelas [3x50 menit]	Menelaah bahan ajar bentuk badan usaha dan fungsi manajemen, mengerjakan tugas ringkas pada LMS [3x60 menit]	Konsep dasar bisnis, bentuk badan usaha, fungsi manajemen [Mankiw (2020) Bab 1; Kotler & Keller (2021) Bab 1; Osterwalder & Pigneur (2010)]	4
3	**Sub-CPMK2** Menjelaskan hukum permintaan, penawaran, dan mekanisme keseimbangan pasar	Menjelaskan hukum permintaan dan penawaran beserta faktor-faktor yang memengaruhinya Mengidentifikasi titik keseimbangan pasar melalui pendekatan tabel dan grafik Menguraikan pergeseran kurva	Kriteria: ketepatan analisis grafik dan kelengkapan penjelasan. Teknik: tes tulis dan latihan soal grafik.	Ceramah interaktif, latihan menggambar kurva permintaan-penawaran, dan diskusi keseimbangan pasar [3x50 menit]	Membaca Mankiw Bab 4, mengerjakan latihan soal keseimbangan pasar pada LMS [3x60 menit]	Permintaan, penawaran, dan keseimbangan pasar [Mankiw (2020) Bab 4]	4

		permintaan dan penawaran					
4	**Sub-CPMK2** Menerapkan konsep elastisitas permintaan dan penawaran dalam pengambilan keputusan bisnis	Menghitung koefisien elastisitas harga, pendapatan, dan silang Menerapkan konsep elastisitas untuk menentukan strategi penetapan harga Menganalisis dampak elastisitas terhadap penerimaan perusahaan	Kriteria: ketepatan perhitungan dan kesesuaian penerapan. Teknik: tes tulis berbasis kasus dan penilaian latihan.	Ceramah, latihan perhitungan elastisitas, dan pembahasan studi kasus penetapan harga [3x50 menit]	Mengerjakan soal kasus elastisitas dan berdiskusi pada forum LMS [3x60 menit]	Elastisitas dan aplikasinya dalam keputusan bisnis [Mankiw (2020) Bab 5; Salvatore (2019) Bab 3]	5
5	**Sub-CPMK3** Menerapkan teori perilaku konsumen dalam perumusan strategi pemasaran bisnis	Menjelaskan konsep utilitas dan kurva indiferen Menerapkan konsep marginal utility dalam analisis keputusan konsumen Menganalisis perilaku konsumen digital berdasarkan teori perilaku konsumen	Kriteria: ketepatan analisis dan kedalaman penerapan konsep. Teknik: tes tulis uraian dan studi kasus.	Ceramah, analisis kurva indiferen, dan diskusi perilaku konsumen digital [3x50 menit]	Membaca materi teori perilaku konsumen dan mengerjakan tugas analisis kasus pada LMS [3x60 menit]	Teori perilaku konsumen [Mankiw (2020) Bab 21; Salvatore (2019) Bab 4; Kotler & Keller (2021) Bab 6]	5
6	**Sub-CPMK3** Menerapkan teori produksi dalam	Menjelaskan konsep fungsi produksi dan law	Kriteria: ketepatan perhitungan	Ceramah interaktif, latihan perhitungan biaya produksi, dan	Mengerjakan latihan fungsi produksi dan	Teori produksi dan biaya produksi	5

	pengambilan keputusan operasional bisnis	of diminishing returns Menerapkan analisis biaya produksi jangka pendek dan jangka panjang Menganalisis hubungan input-output untuk efisiensi produksi	dan kesesuaian penerapan. Teknik: tes tulis dan latihan kasus produksi.	diskusi studi kasus UMKM [3x50 menit]	diskusi studi kasus pada LMS [3x60 menit]	[Salvatore (2019) Bab 6; Mankiw (2020) Bab 13]	
7	**Sub-CPMK4** Menerapkan konsep struktur pasar untuk menganalisis strategi bersaing perusahaan	Mengidentifikasi karakteristik persaingan sempurna, monopolistik, oligopoli, dan monopoli Menerapkan analisis struktur pasar pada kasus perusahaan digital Membandingkan implikasi struktur pasar terhadap strategi penetapan harga	Kriteria: ketepatan identifikasi dan ketajaman analisis komparatif. Teknik: tes tulis uraian dan analisis kasus.	Ceramah, diskusi komparatif struktur pasar, dan analisis kasus platform digital [3x50 menit]	Mengkaji materi struktur pasar dan mengunggah hasil analisis kasus pada LMS [3x60 menit]	Struktur pasar dan strategi bersaing [Mankiw (2020) Bab 14-17; Salvatore (2019) Bab 8]	5
8	**Sub-CPMK1, Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-CPMK4** Mengevaluasi penguasaan materi pertemuan 1-7	Menganalisis permasalahan pokok ekonomi dan mekanisme pasar dalam kasus bisnis Menerapkan konsep elastisitas	Ujian Tengah Semester (UTS) berbasis proyek atau soal studi kasus.	Ujian tertulis/praktikum di lab [3x50 menit]	Ujian daring terstruktur [3x60 menit]	Materi pertemuan 1-7: ruang lingkup ekonomi, permintaan-penawaran, elastisitas,	20

	melalui soal studi kasus terintegrasi	dan teori perilaku konsumen-produsen pada kasus Mengevaluasi struktur pasar dan implikasinya terhadap strategi bersaing				perilaku konsumen-produsen, struktur pasar [Mankiw (2020); Salvatore (2019); Kotler & Keller (2021)]	
9	**Sub-CPMK4** Menganalisis implikasi struktur pasar oligopoli dan monopoli terhadap strategi bersaing perusahaan digital	Menganalisis model Cournot dan Stackelberg dalam pasar oligopoli Mengevaluasi praktik penetapan harga predator dan diskriminasi harga Mengaitkan teori konsentrasi pasar dengan regulasi antimonopoli di ekonomi digital	Kriteria: ketepatan analisis model oligopoli dan ketajaman evaluasi regulasi. Teknik: tes tulis uraian dan analisis kasus.	Ceramah interaktif, analisis model oligopoli, dan diskusi kasus platform digital dominan [3x50 menit]	Membaca Salvatore Bab 8, mengerjakan soal model oligopoli, dan berdiskusi pada LMS [3x60 menit]	Struktur pasar oligopoli dan monopoli lanjutan, regulasi antimonopoli [Salvatore (2019) Bab 8; Mankiw (2020) Bab 17]	5
10	**Sub-CPMK5** Menganalisis fungsi manajemen strategis dan pengambilan keputusan dalam organisasi bisnis digital	Menganalisis proses perencanaan strategis dan analisis SWOT pada bisnis digital Mengevaluasi struktur organisasi dan desain pekerjaan dalam perusahaan teknologi Mengaitkan fungsi	Kriteria: ketepatan analisis SWOT dan kedalaman evaluasi struktur organisasi. Teknik: tes tulis uraian dan studi kasus.	Ceramah, workshop analisis SWOT untuk startup digital, dan diskusi kelompok [3x50 menit]	Menganalisis kasus struktur organisasi perusahaan teknologi dan mengunggah laporan pada LMS [3x60 menit]	Fungsi manajemen strategis, analisis SWOT, desain organisasi [Kotler & Keller (2021) Bab 2; Osterwalder & Pigneur (2010)]	6

		pengendalian manajemen dengan kinerja bisnis digital					
11	**Sub-CPMK6** Menganalisis indikator ekonomi makro dan dampaknya terhadap kinerja bisnis digital	Menganalisis penyebab dan dampak inflasi terhadap biaya operasional dan daya beli konsumen Mengevaluasi hubungan pertumbuhan ekonomi dengan peluang bisnis digital Mengaitkan indikator makro dengan strategi penetapan harga dan investasi	Kriteria: ketepatan analisis data makro dan kesesuaian kaitan dengan bisnis. Teknik: tes tulis uraian dan analisis data BPS.	Ceramah interaktif, analisis data inflasi dan pertumbuhan ekonomi, dan diskusi dampak pada UMKM digital [3x50 menit]	Mengunduh data BPS terbaru, menganalisis tren makro, dan berdiskusi pada LMS [3x60 menit]	Indikator ekonomi makro: inflasi, pertumbuhan ekonomi, pengangguran [Mankiw (2020) Bab 24-25; BPS (2025)]	5
12	**Sub-CPMK6** Mengevaluasi kebijakan fiskal dan moneter pemerintah serta dampaknya terhadap sektor bisnis digital	Mengevaluasi instrumen kebijakan fiskal (pajak dan belanja pemerintah) terhadap bisnis Menganalisis dampak kebijakan moneter (suku bunga dan uang beredar) terhadap pembiayaan usaha	Kriteria: ketepatan evaluasi kebijakan dan ketajaman analisis dampak. Teknik: tes tulis uraian dan studi kasus kebijakan.	Ceramah, analisis kasus kebijakan fiskal-moneter, dan debat kelompok [3x50 menit]	Mengkaji laporan Kemenkeu dan mengerjakan analisis dampak kebijakan pada LMS [3x60 menit]	Kebijakan fiskal dan moneter, dampaknya pada bisnis [Mankiw (2020) Bab 26-27; Kemenkeu (2025)]	6

		Menilai efektivitas insentif pemerintah untuk transformasi digital UMKM					
13	**Sub-CPMK7** Menganalisis peluang dan tantangan ekonomi digital bagi pengembangan model bisnis	Menganalisis tren transformasi digital dan ekonomi kreatif di Indonesia Mengevaluasi peluang e-commerce, fintech, dan ekonomi berbagi Mengidentifikasi tantangan regulasi dan etika bisnis digital	Kriteria: ketepatan analisis tren dan kedalaman evaluasi peluang-tantangan. Teknik: tes tulis uraian dan presentasi ringkas.	Ceramah, diskusi panel tren ekonomi digital, dan analisis studi kasus startup lokal [3x50 menit]	Menelaah laporan statistik ekonomi digital dan mengunggah ringkasan analisis pada LMS [3x60 menit]	Transformasi digital dan peluang ekonomi digital [BPS (2025); Osterwalder & Pigneur (2010); Kotler & Keller (2021) Bab 1]	6
14	**Sub-CPMK7** Merancang kerangka model bisnis digital yang adaptif terhadap dinamika ekonomi	Merancang kanvas model bisnis (Business Model Canvas) untuk usaha digital Mengembangkan proposisi nilai yang responsif terhadap kebutuhan pasar Menyusun rencana adaptasi model bisnis terhadap perubahan ekonomi	Kriteria: kelayakan rancangan dan kejelasan proposisi nilai. Teknik: penilaian proyek dan presentasi.	Workshop penyusunan Business Model Canvas, bimbingan proyek, dan presentasi kelompok [3x50 menit]	Menyusun draf kanvas model bisnis secara kolaboratif dan mengunggah pada LMS [3x60 menit]	Business Model Canvas dan inovasi model bisnis [Osterwalder & Pigneur (2010); Kotler & Keller (2021) Bab 2]	6
15	**Sub-CPMK7**	Mengevaluasi	Kriteria:	Presentasi proyek	Merevisi	Evaluasi	5

	Mengevaluasi dan menyempurnakan model bisnis digital berdasarkan analisis kelayakan	kelayakan model bisnis digital melalui analisis pasar dan keuangan sederhana Menyempurnakan model bisnis berdasarkan umpan balik dan analisis risiko Mempresentasikan rekomendasi strategi pengembangan usaha digital	ketajaman evaluasi dan kelayakan rekomendasi. Teknik: penilaian proyek akhir dan presentasi.	model bisnis, sesi umpan balik, dan penyempurnaan rancangan [3x50 menit]	laporan proyek berdasarkan umpan balik dan mengunggah versi final pada LMS [3x60 menit]	kelayakan model bisnis dan analisis risiko [Osterwalder & Pigneur (2010); Salvatore (2019) Bab 1]	
16	**Sub-CPMK1, Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-CPMK4, Sub-CPMK5, Sub-CPMK6, Sub-CPMK7** Mengevaluasi penguasaan komprehensif seluruh materi semester melalui studi kasus terintegrasi dan proyek model bisnis digital	Menganalisis permasalahan ekonomi dan bisnis digital secara terintegrasi Mengevaluasi struktur pasar, kebijakan makro, dan model bisnis dalam kasus komprehensif Merancang solusi strategis berbasis konsep ekonomi dan bisnis digital	Ujian Akhir Semester (UAS) berbasis proyek akhir atau studi kasus komprehensif.	Ujian tertulis/praktikum di lab.	Ujian daring terstruktur.	Seluruh materi pertemuan 1-15: konsep ekonomi mikro-makro, struktur pasar, manajemen, kebijakan pemerintah, dan model bisnis digital [Mankiw (2020); Salvatore (2019); Kotler & Keller (2021); Osterwalder & Pigneur (2010)]	10

C. Rancangan Tugas Mahasiswa

No	Nama Tugas	Deskripsi Instruksi Tugas	Ref. Sub-CPMK

1	**Tugas Mandiri 1 (Problem Solving): Analisis Permintaan, Penawaran, dan Elastisitas pada UMKM Digital**	Mahasiswa secara mandiri menganalisis data permintaan dan penawaran suatu produk UMKM digital (misalnya produk fashion lokal yang dijual melalui e-commerce). Mahasiswa diminta: (1) mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi permintaan dan penawaran produk tersebut, (2) menghitung elastisitas harga permintaan dan elastisitas pendapatan berdasarkan data yang disediakan, (3) menganalisis dampak perubahan harga terhadap penerimaan produsen, dan (4) merumuskan rekomendasi strategi penetapan harga yang tepat. Laporan ditulis dalam format makalah singkat (3-5 halaman) dan diunggah ke LMS.	Sub-CPMK2
2	**Tugas Kelompok 1 (Case Method): Analisis Struktur Pasar dan Strategi Bersaing Platform Digital**	Mahasiswa dalam kelompok (4-5 orang) menganalisis kasus nyata persaingan platform digital di Indonesia (misalnya Gojek vs Grab, Shopee vs Tokopedia). Kelompok diminta: (1) mengidentifikasi struktur pasar yang terbentuk, (2) menganalisis praktik penetapan harga dan strategi diferensiasi, (3) mengevaluasi dampak struktur pasar terhadap konsumen dan pesaing, serta (4) mengaitkannya dengan regulasi antimonopoli. Hasil analisis dipresentasikan dalam bentuk video singkat (10 menit) dan laporan tertulis (5-7 halaman).	Sub-CPMK4
3	**Proyek Akhir (Project Based Learning): Perancangan Model Bisnis Digital Berbasis Business Model Canvas**	Mahasiswa dalam kelompok (4-5 orang) merancang model bisnis digital untuk usaha kreatif/UMKM fiktif atau nyata. Proyek mencakup: (1) analisis peluang pasar dan tren ekonomi digital, (2) penyusunan Business Model Canvas (9 blok), (3) pengembangan proposisi nilai yang inovatif, (4) analisis kelayakan sederhana (aspek pasar dan keuangan), serta (5) rencana adaptasi terhadap perubahan ekonomi. Luaran: laporan proyek (10-15 halaman) dan presentasi interaktif (15 menit) yang diunggah ke LMS.	Sub-CPMK7

D. Rubrik Penilaian Analitik

Kriteria Penilaian	**Bobot (%)**	**Skala Penilaian / Deskriptor**			
		Sangat Baik (81-100)	**Baik (61-80)**	**Cukup (41-60)**	**Kurang (0-40)**
Ketepatan analisis konsep ekonomi	25	Menganalisis seluruh konsep ekonomi secara tepat, didukung data relevan, dan	Menganalisis sebagian besar konsep ekonomi dengan tepat, data	Menganalisis konsep ekonomi secara dangkal, data kurang	Tidak mampu menganalisis konsep ekonomi dengan

(permintaan, penawaran, elastisitas, struktur pasar)		menunjukkan pemahaman mendalam serta keterkaitan antar konsep.	cukup relevan, namun keterkaitan antar konsep belum sepenuhnya tajam.	relevan, dan terdapat kesalahan konsep yang tidak fatal.	tepat, data tidak relevan, dan terdapat banyak kesalahan konsep.
Kedalaman analisis kasus dan kemampuan problem solving	25	Mengidentifikasi akar masalah secara komprehensif, menghasilkan solusi inovatif dan terukur, serta mempertimbangkan berbagai perspektif.	Mengidentifikasi masalah utama dengan baik, solusi yang diusulkan relevan namun kurang inovatif, dan analisis cukup mendalam.	Mengidentifikasi masalah secara terbatas, solusi yang diusulkan generik, dan analisis kurang mendalam.	Tidak mampu mengidentifikasi masalah utama, solusi tidak relevan, dan analisis sangat dangkal.
Kualitas penyusunan laporan dan presentasi (sistematika, bahasa, visual)	20	Laporan disusun secara sistematis, bahasa akademik formal dan lugas, serta presentasi sangat komunikatif dengan visual yang mendukung.	Laporan sistematis, bahasa cukup formal, presentasi komunikatif dengan visual yang memadai.	Laporan kurang sistematis, terdapat kesalahan bahasa, presentasi kurang komunikatif dan visual terbatas.	Laporan tidak sistematis, banyak kesalahan bahasa, presentasi tidak komunikatif dan tanpa visual.
Ketepatan penggunaan data dan sumber referensi	15	Menggunakan data primer/sekunder yang relevan dan mutakhir, serta merujuk pada minimal 3 sumber referensi yang kredibel (buku, jurnal, laporan resmi).	Menggunakan data yang relevan namun kurang mutakhir, merujuk pada 2 sumber referensi kredibel.	Menggunakan data yang kurang relevan, merujuk pada 1 sumber referensi.	Tidak menggunakan data yang relevan dan tidak merujuk pada sumber referensi yang kredibel.
Kemampuan kolaborasi dan komunikasi dalam tim (untuk tugas kelompok)	15	Seluruh anggota tim berkontribusi aktif, komunikasi efektif, dan pembagian tugas jelas serta saling melengkapi.	Sebagian besar anggota tim berkontribusi, komunikasi cukup efektif, pembagian tugas cukup jelas.	Hanya sebagian anggota yang berkontribusi, komunikasi kurang efektif, pembagian tugas tidak merata.	Tidak ada kolaborasi yang efektif, komunikasi buruk, dan pembagian tugas tidak jelas.