	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL					Kode Dokumen: RPS-01-07
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK		BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Ko-Kurikuler	26151109	Mata Kuliah Ko-Kurikuler (Pengembangan Diri dan Kepemimpinan)		T=1 P=0	Genap Tahun Ajaran 2026/2027	19 Juni 2026
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK		Ketua PROGRAM STUDI	
	Sitti Husna Noviana Djou, SE., M.Si		Sitti Husna Noviana Djou, SE., M.Si		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-A4	Mampu berpikir kritis, analitis, dan inovatif dalam mengidentifikasi serta memecahkan permasalahan bisnis digital secara sistematis.
	CPL-A5	Mampu berkomunikasi secara efektif, bekerja sama dalam tim multidisipliner, serta memanfaatkan teknologi informasi dalam penyusunan laporan dan presentasi profesional.
	CPL-A6	Mampu melakukan penelitian terapan sederhana dan menyusun karya ilmiah atau laporan bisnis berbasis data secara akuntabel.
	CPL-P1	Mampu merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi model bisnis digital berbasis UMKM dan usaha kreatif secara inovatif dan berkelanjutan.
	CPL-P2	Mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital, analisis data bisnis, dan optimalisasi platform digital untuk meningkatkan kinerja usaha.
	CPL-P3	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 dasar Pusat Kreativitas Mahasiswa (PKM) dan mengaitkannya dengan pengembangan kewirausahaan digital, seni, bahasa, dan penalaran dalam konteks bisnis digital [CPL-C2, CPL-A1, CPL-A3]. [CPL-C2, CPL-A1, CPL-A3]
	CPMK2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang usaha kreatif dan merancang ide bisnis digital berbasis UMKM yang inovatif dengan memanfaatkan teknologi digital [CPL-A4, CPL-P1]. [CPL-A4, CPL-P1]
	CPMK3	Mahasiswa mampu merancang dan mengembangkan prototipe proyek kewirausahaan digital sederhana sesuai dengan bidang PKM (kewirausahaan, seni, bahasa, dan penalaran) [CPL-P1, CPL-P3]. [CPL-P1, CPL-P3]

	CPMK4	Mahasiswa mampu mengevaluasi dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital serta analisis data bisnis untuk mengoptimalkan kinerja proyek kewirausahaan digital [CPL-P2, CPL-A4]. [CPL-P2, CPL-A4]
	CPMK5	Mahasiswa mampu mengomunikasikan hasil proyek kewirausahaan digital secara profesional, baik lisan maupun tertulis, serta menunjukkan integritas dan etika akademik dalam pelaksanaan proyek [CPL-C1, CPL-A5, CPL-A6]. [CPL-C1, CPL-A5, CPL-A6]
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	
	Sub-CPMK1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar PKM, ruang lingkup kewirausahaan digital, seni, bahasa, dan penalaran serta perannya dalam bisnis digital [C2]. [CPMK1]
	Sub-CPMK2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang usaha kreatif dan menganalisis kebutuhan pasar untuk merancang ide bisnis digital berbasis UMKM [C4]. [CPMK2]
	Sub-CPMK3	Mahasiswa mampu merancang prototipe proyek kewirausahaan digital sederhana yang inovatif sesuai bidang PKM [C6]. [CPMK3]
	Sub-CPMK4	Mahasiswa mampu mengimplementasikan strategi pemasaran digital dan analisis data bisnis untuk proyek kewirausahaan digital [C3]. [CPMK4]
	Sub-CPMK5	Mahasiswa mampu mengevaluasi kinerja proyek kewirausahaan digital berdasarkan data dan menyusun laporan bisnis profesional [C5]. [CPMK5]
	Sub-CPMK6	Mahasiswa mampu mengomunikasikan hasil proyek kewirausahaan digital secara profesional dalam presentasi dan laporan tertulis serta menunjukkan integritas dan etika akademik [C6, A4]. [CPMK5]
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini merupakan kegiatan ko-kurikuler yang dikemas dalam Pusat Kreativitas Mahasiswa (PKM) dengan fokus pada pengembangan kewirausahaan, seni, bahasa, dan penalaran. Mahasiswa akan belajar merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi proyek kewirausahaan digital berbasis UMKM dan ekonomi kreatif, serta mengomunikasikan hasilnya secara profesional.	
Bahan	Konsep dasar PKM; kewirausahaan digital; industri kreatif; seni dalam bisnis; bahasa dan penalaran;	

Kajian: Materi Pembelajaran	identifikasi peluang usaha; model bisnis digital; prototipe produk/jasa digital; strategi pemasaran digital; analisis data bisnis; etika bisnis dan integritas; penyusunan laporan bisnis; presentasi profesional
Pustaka	Utama:
	Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. John Wiley & Sons. Ries, E. (2011). The Lean Startup. Crown Business. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.
	Pendukung:
	Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2023). Panduan Pusat Kreativitas Mahasiswa (PKM). Jakarta: Kemendikbudristek.
Dosen Pengampu	Sitti Husna Noviana Djou, SE., M.Si
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 Mahasiswa mampu menjelaskan	Mengidentifikasi komponen dan tujuan Pusat Kreativitas	Kriteria: ketepatan identifikasi komponen	Kuliah interaktif dan diskusi kelompok membahas konsep	Membaca modul dan menonton video	Konsep dasar PKM; ruang lingkup kewirausahaan	3

	konsep dasar Pusat Kreativitas Mahasiswa (PKM) dan ruang lingkup kewirausahaan digital, seni, bahasa, serta penalaran dalam konteks bisnis digital [C2]	Mahasiswa (PKM) [C1] Menjelaskan keterkaitan bidang kewirausahaan digital, seni, bahasa, dan penalaran dalam pengembangan bisnis digital [C2]	PKM dan kelengkapan penjelasan keterkaitan bidang (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui kuis dan diskusi kelas.	PKM serta pemetaan bidang kreativitas [1x50 menit]	pengantar PKM, dilanjutkan kuis singkat daring [1x60 menit]	digital, seni, bahasa, dan penalaran [Kemendikbudristek, 2023; Osterwalder & Pigneur, 2010]	
2	Sub-CPMK1 Mahasiswa mampu menjelaskan peran industri kreatif dan ekonomi kreatif dalam pengembangan bisnis digital [C2]	Menjelaskan karakteristik industri kreatif dan ekonomi kreatif [C2] Mengidentifikasi peran seni dan bahasa dalam penciptaan nilai bisnis digital [C1]	Kriteria: ketepatan penjelasan karakteristik industri kreatif dan identifikasi peran seni-bahasa (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui tugas ringkasan dan tanya	Kuliah dan studi kasus singkat industri kreatif, diskusi terarah [1x50 menit]	Menyusun ringkasan analisis contoh usaha kreatif digital pada forum diskusi daring [1x60 menit]	Industri kreatif dan ekonomi kreatif; seni dan bahasa dalam bisnis [Osterwalder & Pigneur, 2010; Kemendikbudristek, 2023]	4

			jawab.				
3	Sub-CPMK1 Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar model bisnis digital berbasis UMKM [C2]	Menjelaskan elemen Business Model Canvas dalam konteks UMKM digital [C2] Mengidentifikasi komponen model bisnis digital yang relevan bagi usaha kreatif [C1]	Kriteria: ketepatan penjelasan elemen Business Model Canvas dan ketepatan identifikasi komponen (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui kuis dan latihan pemetaan kanvas.	Kuliah interaktif dan latihan mengisi kerangka Business Model Canvas sederhana [1x50 menit]	Mempelajari materi BMC dan mengunggah hasil latihan kanvas pada LMS [1x60 menit]	Model bisnis digital dan Business Model Canvas untuk UMKM [Osterwalder & Pigneur, 2010]	4
4	Sub-CPMK2 Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang usaha kreatif berbasis kebutuhan pasar [C4]	Mengidentifikasi peluang usaha kreatif berdasarkan observasi kebutuhan pasar [C4] Menganalisis kebutuhan pasar sasaran untuk usaha digital berbasis UMKM [C4]	Kriteria: ketepatan identifikasi peluang dan kedalaman analisis kebutuhan pasar (skor 0-100). Teknik:	Kuliah dan workshop identifikasi peluang usaha, diskusi kelompok [1x50 menit]	Melakukan observasi pasar sederhana dan mengunggah lembar kerja analisis kebutuhan [1x60 menit]	Identifikasi peluang usaha dan analisis kebutuhan pasar [Ries, 2011; Kotler & Keller, 2016]	5

			asesmen formatif melalui lembar kerja identifikasi peluang.				
5	Sub-CPMK2 Mahasiswa mampu menganalisis ide bisnis digital berbasis UMKM yang inovatif [C4]	Menganalisis kelayakan ide bisnis digital berdasarkan kebutuhan pasar [C4] Membandingkan alternatif ide usaha kreatif menggunakan kriteria kelayakan [C4]	Kriteria: kedalaman analisis kelayakan dan ketepatan pembandingan alternatif ide (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui presentasi kelompok singkat dan umpan balik.	Kuliah dan sesi presentasi ide bisnis kelompok dengan umpan balik [1x50 menit]	Berdiskusi dan menyempurnakan ide bisnis kelompok pada forum daring [1x60 menit]	Analisis kelayakan ide bisnis digital dan value proposition [Ries, 2011; Osterwalder & Pigneur, 2010]	5
6	Sub-CPMK2 Mahasiswa mampu menerapkan	Menerapkan prinsip Lean Startup dalam penyusunan konsep ide bisnis digital [C3]	Kriteria: ketepatan penerapan prinsip	Kuliah dan praktik penyusunan konsep ide bisnis serta value	Menyusun dan mengunggah dokumen konsep ide	Lean Startup dan value proposition untuk usaha	5

	prinsip perancangan ide bisnis digital berbasis UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital [C3]	Menyusun value proposition untuk usaha kreatif digital berbasis UMKM [C3]	Lean Startup dan kualitas value proposition (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui penilaian dokumen konsep ide bisnis.	proposition [1x50 menit]	bisnis digital pada LMS [1x60 menit]	digital [Ries, 2011; Osterwalder & Pigneur, 2010]	
7	Sub-CPMK3 Mahasiswa mampu merancang prototipe proyek kewirausahaan digital sederhana yang inovatif sesuai bidang PKM [C6]	Merancang kerangka prototipe produk/jasa digital sesuai bidang PKM [C6] Menyusun rencana pengembangan prototipe berbasis teknologi digital [C3]	Kriteria: kelayakan rancangan prototipe dan kelengkapan rencana pengembangan (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui penilaian proposal prototipe	Kuliah dan workshop perancangan prototipe produk/jasa digital [1x50 menit]	Menyusun proposal prototipe dan berdiskusi dengan kelompok pada LMS [1x60 menit]	Prototipe produk/jasa digital dan minimum viable product [Ries, 2011]	5

			kelompok.				
8	Sub-CPMK1, Sub-CPMK2, Sub-CPMK3 Mahasiswa mampu mengevaluasi penguasaan materi pertemuan 1-7 melalui Ujian Tengah Semester [C5]	Mengevaluasi pemahaman konsep dasar PKM dan industri kreatif [C5] Menganalisis peluang usaha dan mengevaluasi rancangan ide bisnis digital berbasis UMKM [C4-C5]	Ujian Tengah Semester (UTS) berbasis proyek atau soal studi kasus. Kriteria: ketepatan jawaban, kedalaman analisis, dan kelayakan rancangan (skor 0-100).	Ujian tertulis/praktikum di lab [1x50 menit]	Ujian daring terstruktur [1x60 menit]	Evaluasi materi pertemuan 1-7: konsep PKM, industri kreatif, model bisnis, peluang usaha, ide bisnis, dan prototipe [Kemendikbudristek, 2023; Osterwalder & Pigneur, 2010; Ries, 2011; Kotler & Keller, 2016]	20
9	Sub-CPMK3 Mahasiswa mampu mengimplementasikan pengembangan prototipe proyek kewirausahaan digital sederhana menggunakan tools digital [C3]	Mengimplementasikan rancangan prototipe menjadi produk/jasa digital fungsional sederhana [C3] Menggunakan tools digital (no-code/low-code, desain, atau platform e-commerce) untuk	Kriteria: fungsionalitas prototipe dan ketepatan penggunaan tools digital (skor 0-100). Teknik: asesmen	Workshop pengembangan prototipe digital secara berkelompok dengan pendampingan [1x50 menit]	Mengembangkan prototipe dan mengunggah progres pada LMS [1x60 menit]	Pengembangan prototipe digital dan tools no-code/low-code [Ries, 2011; Google, 2024]	5

		pengembangan prototipe [C3]	formatif melalui demonstrasi prototipe dan penilaian produk.				
10	Sub-CPMK4 Mahasiswa mampu menerapkan strategi pemasaran digital untuk proyek kewirausahaan digital [C3]	Menerapkan bauran pemasaran digital (social media, content marketing, SEO/SEM) pada proyek [C3] Menyusun rencana kampanye pemasaran digital sederhana [C3]	Kriteria: ketepatan penerapan bauran pemasaran digital dan kelayakan rencana kampanye (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui penilaian rencana kampanye.	Kuliah dan praktik penyusunan rencana kampanye pemasaran digital [1x50 menit]	Menyusun rencana kampanye dan berdiskusi pada forum daring [1x60 menit]	Strategi pemasaran digital dan bauran promosi digital [Kotler & Keller, 2016; Google, 2024; Meta, 2024]	5
11	Sub-CPMK4 Mahasiswa mampu mengimplementasikan analisis data bisnis untuk	Mengimplementasikan pengumpulan dan pengolahan data bisnis sederhana (analitik media sosial, penjualan)	Kriteria: ketepatan pengolahan data dan kualitas interpretasi	Kuliah dan praktik analisis data bisnis menggunakan spreadsheet/dash board [1x50 menit]	Mengolah data proyek dan mengunggah laporan analisis pada	Analisis data bisnis dan metrik pemasaran digital [Kotler & Keller, 2016;	5

	mengoptimalkan kinerja proyek kewirausahaan digital [C3]	[C3] Menginterpretasikan data untuk pengambilan keputusan bisnis [C3]	untuk keputusan bisnis (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui laporan analisis data.		LMS [1x60 menit]	Google, 2024]	
12	Sub-CPMK4 Mahasiswa mampu menganalisis kinerja pemasaran digital dan data bisnis proyek kewirausahaan digital [C4]	Menganalisis efektivitas kampanye pemasaran digital berdasarkan data [C4] Menganalisis hubungan antar metrik bisnis untuk perbaikan kinerja [C4]	Kriteria: kedalaman analisis efektivitas kampanye dan ketepatan hubungan metrik (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui studi kasus dan diskusi.	Kuliah dan diskusi studi kasus analisis kinerja pemasaran digital [1x50 menit]	Menganalisis data kampanye dan menyusun rekomendasi pada forum daring [1x60 menit]	Analisis kinerja pemasaran digital dan metrik bisnis [Kotler & Keller, 2016; Google, 2024; Meta, 2024]	4
13	Sub-CPMK5 Mahasiswa mampu	Mengevaluasi kinerja proyek berdasarkan indikator	Kriteria: ketepatan evaluasi	Kuliah dan workshop penyusunan	Menyusun draf laporan bisnis dan	Evaluasi kinerja proyek dan penyusunan	5

	mengevaluasi kinerja proyek kewirausahaan digital berdasarkan data dan menyusun laporan bisnis profesional [C5]	keberhasilan yang ditetapkan [C5] Menyusun laporan bisnis profesional berbasis data [C3]	kinerja dan kualitas laporan bisnis (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui penilaian draf laporan bisnis.	laporan bisnis profesional [1x50 menit]	mengunggah pada LMS [1x60 menit]	laporan bisnis [Kotler & Keller, 2016; Kemendikbudristek, 2023]	
14	Sub-CPMK5 Mahasiswa mampu mengevaluasi etika bisnis dan integritas dalam pelaksanaan proyek kewirausahaan digital [C5]	Mengevaluasi penerapan etika bisnis dan integritas akademik dalam proyek [C5] Mengevaluasi kepatuhan terhadap regulasi bisnis digital [C5]	Kriteria: kedalaman evaluasi etika dan kepatuhan regulasi (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui kajian kasus etika bisnis.	Kuliah dan diskusi kasus etika bisnis digital serta integritas akademik [1x50 menit]	Menganalisis kasus etika dan mengunggah refleksi pada forum daring [1x60 menit]	Etika bisnis, integritas akademik, dan regulasi bisnis digital [Kemendikbudristek, 2023]	4
15	Sub-CPMK6 Mahasiswa mampu	Merancang materi presentasi profesional yang	Kriteria: kualitas rancangan	Simulasi presentasi kelompok dan sesi	Menyempurnakan materi presentasi	Presentasi profesional dan komunikasi	4

	merancang presentasi profesional dan mengomunikasikan hasil proyek kewirausahaan digital secara efektif [C6]	komunikatif [C6] Mengomunikasikan hasil proyek secara lisan dengan etika akademik [C6, A4]	presentasi dan efektivitas komunikasi lisan (skor 0-100). Teknik: asesmen formatif melalui simulasi presentasi dan umpan balik.	umpan balik [1x50 menit]	dan berlatih secara daring [1x60 menit]	bisnis [Kotler & Keller, 2016; Kemendikbudristek, 2023]	
16	Sub-CPMK1, Sub-CPMK2, Sub-CPMK3, Sub-CPMK4, Sub-CPMK5, Sub-CPMK6 Mahasiswa mampu mengevaluasi secara komprehensif seluruh materi semester melalui Ujian Akhir Semester [C5-C6]	Mengevaluasi penguasaan konsep PKM, kewirausahaan digital, dan perancangan ide bisnis [C5] Mengevaluasi implementasi strategi pemasaran digital, analisis data, dan laporan bisnis [C5] Mempertanggungjawabkan hasil proyek kewirausahaan digital secara profesional [C6]	Ujian Akhir Semester (UAS) berbasis proyek akhir atau studi kasus komprehensif. Kriteria: ketepatan jawaban, kedalaman analisis, kelayakan proyek, dan kualitas presentasi	Ujian tertulis/praktikum di lab.	Ujian daring terstruktur.	Evaluasi komprehensif materi pertemuan 1-15: konsep PKM, industri kreatif, model bisnis, peluang usaha, ide bisnis, prototipe, pemasaran digital, analisis data, etika bisnis, laporan, dan presentasi [Kemendikbudristek, 2023; Osterwalder &	17

			(skor 0-100).			Pigneur, 2010; Ries, 2011; Kotler & Keller, 2016; Google, 2024; Meta, 2024]	

C. Rancangan Tugas Mahasiswa

No	Nama Tugas	Deskripsi Instruksi Tugas	Ref. Sub-CPMK
1	Tugas Mandiri 1: Analisis Peluang Usaha Kreatif Digital (Case Method)	Mahasiswa secara mandiri menganalisis sebuah studi kasus UMKM kreatif yang menghadapi tantangan digitalisasi. Mahasiswa diminta mengidentifikasi peluang usaha, menganalisis kebutuhan pasar, dan merumuskan value proposition yang inovatif. Output: laporan analisis 3-5 halaman dan presentasi ringkas (5 menit) dalam format video.	Sub-CPMK2
2	Tugas Kelompok 1: Prototipe Proyek Kewirausahaan Digital (Project-Based Learning)	Kelompok mahasiswa (3-4 orang) merancang dan mengembangkan prototipe produk/jasa digital sederhana (minimum viable product) sesuai bidang PKM. Prototipe harus fungsional dan menggunakan tools no-code/low-code atau platform e-commerce. Output: prototipe fungsional, proposal pengembangan, dan demonstrasi produk.	Sub-CPMK3
3	Tugas Kelompok 2: Implementasi Strategi Pemasaran Digital dan Analisis Data (Project-Based Learning)	Kelompok mahasiswa mengimplementasikan strategi pemasaran digital (social media, content marketing, SEO/SEM) untuk prototipe yang telah dikembangkan, serta mengumpulkan dan menganalisis data kinerja (engagement, konversi, penjualan). Output: rencana kampanye, laporan analisis data, dan rekomendasi optimasi.	Sub-CPMK4
4	Tugas Individu 2: Laporan Bisnis dan Presentasi Profesional (Case Method)	Mahasiswa secara individu menyusun laporan bisnis profesional berbasis data dari proyek kelompok, mengevaluasi kinerja proyek, serta merancang presentasi profesional. Output: laporan	Sub-CPMK5, Sub-CPMK6

		bisnis 5-7 halaman dan video presentasi (7-10 menit) yang mencerminkan integritas dan etika akademik.	

D. Rubrik Penilaian Analitik

Kriteria Penilaian	Bobot (%)	Skala Penilaian / Deskriptor			
		Sangat Baik (81-100)	Baik (61-80)	Cukup (41-60)	Kurang (0-40)
Ketepatan identifikasi peluang usaha dan analisis kebutuhan pasar	25	Mengidentifikasi peluang usaha secara komprehensif dan menganalisis kebutuhan pasar dengan data pendukung yang relevan, serta menunjukkan wawasan kritis terhadap konteks UMKM digital.	Mengidentifikasi peluang usaha dengan jelas dan menganalisis kebutuhan pasar dengan beberapa data pendukung, namun kurang mendalam.	Mengidentifikasi peluang usaha secara terbatas dan analisis kebutuhan pasar bersifat umum tanpa data pendukung yang memadai.	Tidak mampu mengidentifikasi peluang usaha atau analisis kebutuhan pasar tidak relevan dengan konteks UMKM digital.
Kelayakan rancangan prototipe dan fungsionalitas produk/jasa digital	25	Prototipe dirancang dengan sangat layak, fungsional, inovatif, dan sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan pasar serta bidang PKM; menggunakan tools digital secara tepat dan efisien.	Prototipe layak dan fungsional, namun kurang inovatif atau ada beberapa bagian yang belum optimal; penggunaan tools digital cukup tepat.	Prototipe kurang layak atau tidak sepenuhnya fungsional; inovasi terbatas dan penggunaan tools digital kurang tepat.	Prototipe tidak layak atau tidak fungsional; tidak sesuai dengan kebutuhan pasar atau bidang PKM; tidak menggunakan tools digital yang sesuai.
Kualitas penerapan strategi pemasaran digital dan	20	Menerapkan strategi pemasaran digital secara komprehensif dan menganalisis data bisnis dengan tepat,	Menerapkan strategi pemasaran digital dengan cukup baik dan menganalisis data bisnis dengan	Penerapan strategi pemasaran digital terbatas dan analisis data bisnis dangkal atau kurang tepat.	Tidak menerapkan strategi pemasaran digital atau tidak mampu menganalisis data bisnis dengan

analisis data bisnis		menghasilkan rekomendasi yang actionable dan berbasis data.	beberapa rekomendasi yang relevan.		benar.
Kualitas laporan bisnis profesional dan presentasi	20	Laporan bisnis disusun secara profesional, sistematis, dan berbasis data; presentasi komunikatif, meyakinkan, dan menggunakan media yang efektif.	Laporan bisnis cukup profesional dan sistematis; presentasi komunikatif namun kurang meyakinkan atau media kurang efektif.	Laporan bisnis kurang profesional atau tidak sistematis; presentasi kurang komunikatif dan media tidak mendukung.	Laporan bisnis tidak profesional dan tidak sistematis; presentasi tidak komunikatif atau tidak sesuai dengan materi.
Integritas, etika akademik, dan kerja sama tim	10	Menunjukkan integritas dan etika akademik yang tinggi dalam seluruh proses, serta berkontribusi secara signifikan dalam kerja sama tim.	Menunjukkan integritas dan etika akademik yang baik, serta berkontribusi dalam kerja sama tim.	Menunjukkan integritas dan etika akademik yang cukup, namun kontribusi dalam tim terbatas.	Tidak menunjukkan integritas atau etika akademik yang memadai, dan tidak berkontribusi dalam kerja sama tim.