
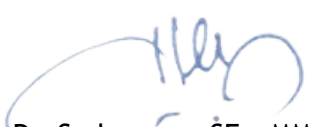



RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

UNIVERSITAS BINA MANDIRI GORONTALO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

Kode Dokumen	RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
01	MATA KULIAH (MK): Digital Marketing dan E-Commerce
KODE: 1303613	Rumpun MK: Inti Program Studi
BOBOT (sks): 3	SEMESTER: Genap
Tgl Penyusunan: 24 Mei 2024	

OTORISASI

Pengembang RPS	Koordinator RMK	Ketua PRODI
 Dr. Sudarsono, SE., MM	 Dr. Sudarsono, SE., MM	 Siske Anani, SE., MM

Capaian Pembelajaran (CP)

CPL-PRODI yang dibebankan pada MK

- **CPL1 (Sikap):** Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.
- **CPL2 (Pengetahuan):** Menguasai konsep teoritis secara mendalam tentang perencanaan, pengorganisasian, penyusunan staf, pengarahan, dan pengendalian serta tata kelola organisasi bisnis.
- **CPL3 (Keterampilan Umum):** Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data.
- **CPL4 (Keterampilan Khusus):** Mampu merumuskan dan mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang inovatif untuk meningkatkan performa bisnis.

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

- **CPMK1:** Menjelaskan fundamental ekosistem ekonomi digital dan model bisnis e-commerce (C2).

- **CPMK2:** Merancang strategi digital branding dan konten kreatif menggunakan prinsip estetika dan psikologi konsumen (C6 - *Arts & Tech*).
- **CPMK3:** Mengimplementasikan teknik optimasi mesin pencari (SEO/SEM) dan pemasaran media sosial (C3 - *Engineering & Technology*).
- **CPMK4:** Mengevaluasi kinerja kampanye digital menggunakan metrik analitik dan ROI (C5 - *Mathematics*).

Sub-CPMK

- **Sub-CPMK1:** Mahasiswa mampu membedakan berbagai model bisnis e-commerce (B2B, B2C, C2C).
- **Sub-CPMK2:** Mahasiswa mampu menyusun *content pillar* dan *editorial plan* untuk media sosial.
- **Sub-CPMK3:** Mahasiswa mampu melakukan riset kata kunci dan audit SEO dasar.
- **Sub-CPMK4:** Mahasiswa mampu mengelola operasional toko di *marketplace*.
- **Sub-CPMK5:** Mahasiswa mampu menyusun laporan analisis data digital marketing.

Korelasi CPL terhadap Sub-CPMK

	Sub-CPMK1	Sub-CPMK2	Sub-CPMK3	Sub-CPMK4	Sub-CPMK5
CPMK1	V				
CPMK2		V			
CPMK3			V	V	
CPMK4					V

Deskripsi Singkat MK

Mata kuliah ini membekali mahasiswa dengan pemahaman komprehensif mengenai transformasi pemasaran tradisional ke ranah digital serta operasional ekosistem e-commerce. Fokus utama pembelajaran terletak pada pemanfaatan platform digital, analisis perilaku konsumen, manajemen relasi pelanggan (CRM), serta pengelolaan kanal penjualan daring yang efektif dengan pendekatan Case Method dan Team-Based Project (IKU 7).

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran

1. Fundamental Digital Economy & E-Commerce Models.
2. Consumer Behavior in Digital Era.
3. Digital Branding & Creative Content Strategy (STEAM: Arts).
4. Search Engine Optimization (SEO) & SEM (STEAM: Engineering).
5. Social Media & Influencer Marketing.
6. E-Commerce Operations & Marketplace Management.
7. Digital Analytics (Google Analytics/Meta Ads) (STEAM: Mathematics).
8. Legal, Ethics, and Cyber Security in Business.

Pustaka

Utama:

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson UK.
2. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.

Pendukung:

1. Sudarsono, dkk., 2025. E-Commerce. Aikomedia Press.
2. Sudarsono, dkk., 2024. Manajemen Pemasaran di Era Digital. Aikomedia Press

Dosen Pengampu: Dr. Sudarsono, SE., MM

Modalitas: Blended Learning (Luring & Daring)

Matriks Pembelajaran 16 Pertemuan

Mg Ke -	Kemampuan Akhir (Sub-CPMK)	Indikator Penilaian	Kriteria & Teknik	Metode Pembelajaran & Penugasan [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Memahami kontrak perkuliahan & fundamental e-commerce	Ketepatan menjelaskan evolusi industri 4.0	Tes lisan / Pre-test	Kuliah & Diskusi [TM: 3x50"]	Ekosistem Ekonomi Digital	5%
2-3	Menganalisis model bisnis e-commerce & perilaku konsumen	Ketepatan klasifikasi model bisnis B2B/B2C	Kriteria: Rubrik Deskriptif . Teknik: Case Study	Case Method: Analisis kegagalan/keberhasilan startup [TM: 6x50"]	Model Bisnis & Consumer Path 5.0	10%
4-5	Merancang strategi branding & konten (STEAM: Arts)	Kualitas visual dan narasi konten media sosial	Kriteria: Rubrik Portofolio . Teknik: Produk	Project-Based: Membuat desain feed & copywriting [TM: 6x50"]	Content Marketing Strategy	15%
6-7	Mengoptimasi visibilitas web/toko (STEAM:	Ketepatan pemilihan keyword &	Kriteria: Check-list teknis.	Tutorial & Simulasi alat SEO [TM: 6x50"]	SEO & SEM Fundamentals	10%

	Engineering)	On-page SEO	Teknik: Praktik			
8	Evaluasi Tengah Semester (UTS)					15%
9-10	Mengelola operasional Marketplace & Logistik	Keberhasilan setup toko di marketplace pilihan	Kriteria: Rubrik Kinerja. Teknik: Praktik	Team-Based Project: Aktivasi toko UMKM mitra [TM: 6x50"]	Marketplace & Payment Gateway	10%
11-12	Mengelola Social Media Ads & Influencer	Ketepatan segmentasi target audience pada Ads	Kriteria: Rubrik Analitik. Teknik: Simulasi	Simulasi Meta Ads Manager [TM: 6x50"]	Paid Media & KOL Management	10%
13-14	Analisis Metrik Digital (STEAM: Math)	Ketepatan menghitung CTR, CPM, dan ROI	Kriteria: Ketepatan hitung. Teknik: Kuis	Analisis data dashboard [TM: 6x50"]	Digital Marketing Analytics	10%
15	Etika & Regulasi Bisnis Digital	Pemahaman UU ITE dan perlindungan data	Diskusi Kelompok	Seminar Kecil [TM: 3x50"]	Cyber Law & Ethics	5%
16	Evaluasi Akhir Semester (UAS)	Presentasi Final Project (IKU 7)	Rubrik Holistik	Presentasi Proyek UMKM	All Topics	10%

RUBRIK PENILAIAN ANALITIK (Project: Digitalisasi UMKM)

Aspek Penilaian	Sangat Baik (81-100)	Baik (61-80)	Cukup (41-60)	Kurang (<40)
Strategi Konten (Arts)	Konten sangat kreatif, estetis, dan pesan sangat jelas.	Konten kreatif, estetika cukup, pesan jelas.	Konten standar, kurang menarik secara visual.	Konten tidak menarik dan tidak relevan.
Optimasi Teknis (Tech)	Implementasi SEO/Ads sangat efektif dan tepat	Implementasi teknis benar namun kurang	Implementasi teknis ada yang salah.	Tidak melakukan optimasi

	sasaran.	optimal.		teknis.
Analisis Data (Math)	Mampu menghitung ROI & KPI dengan akurasi tinggi.	Mampu menghitung KPI dengan sedikit bantuan.	Perhitungan data banyak yang keliru.	Tidak ada analisis data.
Kerjasama Tim	Sangat kolaboratif, pembagian tugas merata.	Kolaboratif, pembagian tugas cukup.	Kurang koordinasi antar anggota.	Tidak bekerja dalam tim.