



INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

FORMULIR

KONTRAK PEMBELAJARAN

No. Dokumen	No. Revisi	Hal.	Tanggal Terbit
		07	30 Januari 2025

Nama Mata Kuliah : Research for Digital Marketing
Kode MK : BDG23425
SKS : (2/2)
Semester : 6 (Enam)
Hari/Waktu :
Dosen Pengampu : Trufi Murdiani, S.T., M.A.
Semester/Tahun Ajaran : Genap/2024-2025

1. Manfaat Mata Kuliah

Matakuliah ini bermanfaat untuk memberikan mahasiswa pengetahuan, keterampilan umum, keterampilan khusus dan sikap mengenai konsep dan aplikasi research for digital marketing secara profesional dengan mengedepankan ketakwaan kepada Tuhan YME.

2. Deskripsi Singkat Mata Kuliah

Mata kuliah Research for Digital Marketing ini memberikan landasan teoritis dalam melakukan riset pasar. Materi yang dibahas meliputi peran riset dalam pengambilan keputusan manajemen, menerjemahkan permasalahan pemasaran digital, membangun hipotesis, mengumpulkan data, desain riset, alat analisis, langkah dan teknik riset pasar, peran dan penggunaan teknologi informasi dalam melakukan riset.

3. Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)

- CPMK-1 Mahasiswa mampu menguasai konsep teoretis tentang riset pasar dan permasalahan serta solusi dari rencana penelitian atau research bidang pemasaran digital.
- CPMK-2 Mahasiswa mampu menguasai dan dapat mengimplemmentasikan aplikasi dan platform analisis pasar, tool analisis social media dan SEO, aplikasi pengolah data dengan statistika untuk suatu project perancangan yang riset pemasaran digital
- CPMK-3 Mahasiswa mampu menyusun proposal/usulan penelitian di bidang pemasaran digital berdasarkan kaidah ilmiah

Indikator Capaian Pembelajaran Matakuliah (CPMK)

Indikator CPMK 1 Mampu menjelaskan konsep riset pasar dan permasalahan serta solusi dari rencana penelitian atau research bidang pemasaran digital.



INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

FORMULIR

KONTRAK PEMBELAJARAN

No. Dokumen	No. Revisi	Hal.	Tanggal Terbit
		07	30 Januari 2025

Indikator CPMK 2 Mampu menguasai dan dapat mengimplemmentasikan aplikasi dan platform analisis pasar, tool analisis social media dan SEO, aplikasi pengolah data dengan statistika untuk suatu project perancangan yang riset pemasaran digital

Indikator CPMK 3 Mampu menyusun proposal/usulan penelitian di bidang pemasaran digital berdasarkan kaidah ilmiah

4. Strategi Pembelajaran

Pembelajaran dilakukan dengan menggabungkan beberapa pendekatan dan metode, yaitu ceramah, diskusi, *case-based learning*, dan *project-based learning*. Dosen akan mendorong dan memfasilitasi mahasiswa untuk aktif mencari dan menemukan berbagai konsep yang harus dikuasai sesuai capaian pembelajaran yang telah ditentukan. Untuk memenuhi kondisi tersebut, ada tiga kegiatan utama yang akan dilaksanakan dalam perkuliahan

1. Dosen sebagai fasilitator dalam kegiatan belajar mengajar. pada pertemuan pertama memperkenalkan diri dengan bersemangat dan menyampaikan garis besar RPS, diantaranya keseluruhan materi yang akan dipelajari dalam satu semester. Pembagian tugas dan Latihan juga diinformasikan dan disepakati pada pertemuan ke-1. Pada setiap diskusi kelas dosen berkewajiban memaparkan sebagai klarifikasi atas materi yang dibahas dalam diskusi kelas.
2. Penugasan, mencakup penugasan individu maupun Latihan praktikum yaitu mulai dari membuat rancangan penelitian dengan memanfaatkan penerapan aplikasi pendukung penelitian baik aplikasi statistic, aplikasi reference manager dan aplikasi olah data, Menyusun permasalahan penelitian, hipotesis penelitian dan kerangka berpikir penelitian.
3. Diskusi Kelas. Setiap mahasiswa mendapat kesempatan untuk presentasi dan diskusi kelas. Pada setiap akhir diskusi kelas, dosen memberikan pengarahan dan masukan untuk mengklarifikasi materi yang dibahas dalam diskusi.

Mata Kuliah ini dilaksanakan dengan *Case-Based Learning*

Dengan hal-hal yang dibahas adalah:

- Mahasiswa akan mengidentifikasi tentang variable-variabel penelitian digital marketing dan menginput data (pertemuan 2 dan 3)
- Merancang hipotesis dan mengidentifikasi permasalahan penelitian (pertemuan 4).



INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

FORMULIR

KONTRAK PEMBELAJARAN

No. Dokumen	No. Revisi	Hal.	Tanggal Terbit
		07	30 Januari 2025

- Mahasiswa membuat kerangka penelitian (pertemuan 5)
- Mahasiswa Menyusun metode penelitian (pertemuan 6)
- Mahasiswa mempresentasikan rancangan proposal penelitian digital marketing

Tugas

A. Tugas Individu

1. Menyusun Route Map Masalah Penelitian Digital Marketing
2. Menyusun hipotesis penelitian
3. Menyusun telaah pustaka untuk penelitian pemasaran digital berdasarkan teori yang ada di penelitian atau jurnal nasional terakreditasi atau jurnal internasional yang terkait
4. Merancang model penelitian ilmiah beserta kerangka berpikirnya berdasarkan hipotesis sementara.
5. Menentukan dan merancang metode penelitian berdasarkan masalah gap penelitian
5. Presentasi hasil analisis dan rancangan proposal penelitian dengan minimal 4 variabel penelitian.

5. Materi dan Sumber Belajar

Utama

1. Kannan, P. K. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International journal of research in marketing*, 34(1), 22-45.

Pendukung

1. Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. M. Bala, D. Verma (2018). A Critical Review of Digital Marketing. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339.

6. Kriteria Penilaian

Penilaian dilakukan oleh dosen dengan menggunakan kriteria sebagai berikut :

Range	Nilai	Bobot	Keterangan
80-100	A	4	Lulus
75-79,5	A-	3,75	Lulus
70-74,5	B+	3,5	Lulus
65-69,5	B	3	Lulus
55-64,5	C	2	Lulus



INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

FORMULIR

KONTRAK PEMBELAJARAN

No. Dokumen	No. Revisi	Hal.	Tanggal Terbit
		07	30 Januari 2025

30-54,5	D	1	Lulus
<30	E	0	Belum Lulus

Nilai akhir menggunakan pembobotan sebagai berikut:

Komponen	Persentase (%)
Tugas	20
UTS	20
UAS	20
Kehadiran	20
Etika	20
Total	100

7. Jadwal Perkuliahan

Pertemuan ke	Topik Bahasan
I	Hakikat & Orientasi Penelitian Ilmiah Digital Marketing
II	Jenis-jenis Penellitian Pemasaran Digital
III	Telaah Pustaka
IV	Pengembangan Model
V	Research Gap
VI	Mencari Ide dan Keterbaruan
VII	Metode dari Alat Mengumpulkan Data Content Marketing.
VIII	Ujian Tengah Semester
IX	Rancangan Sampel
X	Analisis Statistik Deskriptif
XI	Menguji Hubungan Antar Variabel
XII	Melakukan Uji Beda Antar Sampel (Uji T)
XIII	Melakukan Uji Asumsi Klasik
XIV	Analisis Regresi
XV	Laporan Hasil Riset
XVI	Ujian Akhir Semester



INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

FORMULIR

KONTRAK PEMBELAJARAN

No. Dokumen	No. Revisi	Hal.	Tanggal Terbit
		07	30 Januari 2025

8. Tata Tertib

a. Kehadiran

Mahasiswa yang tidak hadir, baik dengan pemberitahuan atau tidak, lebih dari 20% dari total pertemuan dianggap tidak lulus dan mendapatkan nilai E.

b. Keterlambatan

- Keterlambatan masuk kelas selama 1-15 menit diizinkan mengisi daftar hadir
- Keterlambatan masuk kelas lebih dari 15 menit tidak diperbolehkan mengisi daftar hadir
- Keterlambatan penyerahan tugas selama 1-7 hari dari tenggat waktu yang ditetapkan akan mendapat pengurangan nilai sebanyak 20 poin dari total 1-100 poin.
- Keterlambatan penyerahan tugas selama lebih dari 7 hari dari tenggat waktu yang ditetapkan akan mendapatkan nilai 0.

c. Tidak Mengikuti Ujian/Tidak Menyerahkan Tugas

Mahasiswa yang tidak mengikuti ujian atau tidak menyerahkan tugas tanpa pemberitahuan akan diberikan nilai D pada ujian/tugas tersebut.

d. Kecurangan Akademik

- Mahasiswa wajib mematuhi standar aturan dan kebijakan tentang kejujuran akademik dan menghindari tindakan plagiarisme dan kecurangan dalam ujian.
- Tindakan plagiarisme dan kecurangan dalam ujian akan diberikan nilai E pada ujian tersebut.

e. Etika di Dalam Kelas

- Mahasiswa tidak diperkenankan mengenakan pakaian yang memperlihatkan aurat (ketat/transparan), memakai sandal dan memakai kaos oblong.
- Mahasiswa tidak boleh menggunakan alat komunikasi untuk keperluan yang tidak terkait dengan pembelajaran.
- Mahasiswa tidak membuat kegaduhan yang mengganggu ketertiban pembelajaran.
- Dilarang makan di dalam kelas.



INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

FORMULIR

KONTRAK PEMBELAJARAN

No. Dokumen	No. Revisi	Hal.	Tanggal Terbit
		07	30 Januari 2025

Dosen Pengampu,

Bandarlampung, 30 Januari 2025

Mahasiswa,

(Trufi Murdiani, ST., MA)

NIP. 42710320

()

NPM.