



**INSTITUT INFORMATIKA & BISNIS DARMAJAYA
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI**

**No. Dokumen
4FM-DP40103**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

No. Revisi : 01

Hal : Page 1 of 8

**Tanggal Terbit
02 September 2024**

MATAKULIAH	KODE MK	SEMESTER	BOBOT SKS
Digital Business	SIF25434	Ganjil/Genap	4
Otorisasi/Pengesahaan	Dosen Pengembang RPS (Nursiyanto,S.Kom.,M.T.I) NIDN.	Koordinator Bidang Ilmu (KBK) (Indera,S.Kom.,M.T.I) NIDN.0201108002	Ketua Program Studi (Dr.Wasilah,S.Kom.,M.T) NIDN.
Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	CPL12 : Data / Business Analytics : Mampu mengusulkan peluang inovasi digital untuk peningkatan bisnis proses yang mendatangkan nilai untuk organisasi. CPL13 : Business Process Management Mampu mengelola bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi dan pengetahuan pendukung lainnya		

<p>Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)</p>	<p>CPMK1231. Mampu menjelaskan konsep dasar bisnis digital dan peran teknologi dalam transformasi bisnis.</p> <p>CPMK1232. Mampu mengidentifikasi peluang inovasi digital yang relevan untuk peningkatan proses bisnis.</p> <p>CPMK1233. Mampu menganalisis kebutuhan bisnis dalam konteks pemanfaatan teknologi digital.</p> <p>CPMK1234. Mampu menyusun gagasan inovasi digital yang mendukung strategi bisnis organisasi.</p> <p>CPMK1235. Mampu membandingkan berbagai solusi inovasi digital berdasarkan nilai tambah dan keunggulannya.</p> <p>CPMK1236. Mampu mengevaluasi dampak usulan inovasi digital terhadap daya saing dan keberlanjutan organisasi</p> <p>CPMK1321. Mampu menerapkan konsep manajemen konten digital dalam mendukung pemasaran situs web.</p> <p>CPMK1322. Mampu memanfaatkan alat analitik web untuk memantau dan mengevaluasi performa bisnis digital.</p> <p>CPMK1323. Mampu merancang strategi pemasaran digital berbasis TI yang adaptif terhadap perubahan pasar.</p> <p>CPMK1324. Mampu mengintegrasikan teknologi informasi dengan praktik bisnis untuk meningkatkan efisiensi.</p> <p>CPMK1325. Mampu mengelola sumber daya pengetahuan dan informasi sebagai pendukung pengambilan keputusan bisnis.</p> <p>CPMK1326. Mampu menilai efektivitas pengelolaan bisnis digital dengan indikator kinerja yang relevan.</p>
---	---

Korelasi CMPK Terhadap Sub-CPMK

Sub CPMK	CPL12 dan CPL13		
	CPMK123	CPMK132	CPMK
SUB CPMK 1231	✓		
SUB CPMK 1232	✓		
SUB CPMK 1233	✓		
SUB CPMK 1234	✓		
SUB CPMK 1235	✓		
SUB CPMK 1236	✓		
SUB CPMK 1321		✓	
SUB CPMK 1332		✓	
SUB CPMK 1333		✓	
SUB CPMK 1334		✓	
SUB CPMK 1335		✓	
SUB CPMK 1336		✓	

Deskripsi Singkat Matakuliah	Mata kuliah Digital Business membekali mahasiswa dengan pemahaman konsep dasar bisnis digital, peran teknologi dalam transformasi bisnis, serta strategi pemanfaatan inovasi digital untuk meningkatkan daya saing organisasi. Mahasiswa dilatih untuk mengidentifikasi peluang bisnis digital, menganalisis kebutuhan organisasi, menyusun gagasan inovasi, hingga mengevaluasi dampaknya terhadap keberlanjutan bisnis. Selain itu, mahasiswa juga mempelajari pengelolaan bisnis digital melalui pemanfaatan teknologi informasi, manajemen konten, analitik web, serta strategi pemasaran digital berbasis TI yang adaptif, sehingga mampu mengelola bisnis digital secara efektif, efisien, dan berorientasi pada nilai tambah organisasi.
Bahan Kajian / Materi Pembelajaran	CPL12 : Data / Business Analytics CPL13 : Business Process Management CPL16 : Emerging Technologies CPL17 : Digital Innovation
Pustaka	<p>Utama</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Chaffey, D. (2019). <i>Digital Business and E-Commerce Management</i>. Pearson. 2. Nickels, McHugh. (2014). <i>Understanding Business (8th ed.)</i>. McGraw-Hill. 3. Loudon, K. C., & Loudon, J. P. (2014). <i>Management Information Systems</i>. Pearson. 4. Suryana & Yoga Perdana. (2020). <i>Bisnis Digital</i>. Salemba. 5. Stoke, R. (2013). <i>eMarketing: The Essential Guide to Marketing in a Digital World (5th ed.)</i>. Quirk Education. 6. Charlesworth, A. (2018). <i>Digital Marketing: A Practical Approach (3rd ed.)</i>. Routledge. <p>Pendukung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Chaffey, D. (2017). <i>Digital Marketing Excellence</i>. Routledge. 2. Kotler, P. (2017). <i>Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital</i>. Wiley.

Mata Kuliah Syarat							
Minggu ke -	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Bahan Kajian (Materi Pembelajaran)	Bentuk dan Metode Pembelajaran (Media dan Sumber Belajar)	Waktu (menit)	Penilaian		
					Kriteria dan Bentuk	Indikator	Bobot (%)
1,2	Mampu Menjelaskan konsep dasar bisnis digital dan peran teknologi.	Konsep dasar bisnis digital; peran TI dalam transformasi	Ceramah interaktif, diskusi; Buku: Chaffey (2019), Loudon (2014)	2x100	Tes formatif, partisipasi	Menjelaskan Konsep Bisnis Digital	3%
3,4	Mampu mengidentifikasi peluang inovasi digital yang relevan untuk peningkatan proses bisnis.	Peluang inovasi digital dalam proses bisnis	Studi kasus; Buku: Suryana (2020)	2x100	Tugas individu (analisis peluang)	Identifikasi peluang inovasi	3%
5,6	Mampu menganalisis kebutuhan bisnis dalam konteks pemanfaatan teknologi digital.	Analisis kebutuhan bisnis berbasis TI	Diskusi kelompok, latihan	2x100	Laporan analisis	Analisis kebutuhan Digital	3%
7,8	Mampu menyusun gagasan inovasi digital yang mendukung strategi bisnis organisasi	Penyusunan gagasan inovasi digital	Workshop design thinking; Sumber: Kotler (2017)	2x100	Prototyping/pr esentasi	Menyusun gagasan inovasi digital	3%

9,10	Mampu membandingkan berbagai solusi inovasi digital berdasarkan nilai tambah dan keunggulannya.	Perbandingan solusi inovasi digital	Diskusi, benchmarking; Buku: Chaffey (2017)	2x100	Tugas Kelompok	Membandingkan solusi inovasi	3%
11,12	Mampu mengevaluasi dampak usulan inovasi digital terhadap daya saing dan keberlanjutan organisasi	Evaluasi dampak inovasi digital	Studi kasus organisasi digital	2x100	Laporan Evaluasi	Menilai dampak inovasi digital	3%
13,14	Mampu menerapkan konsep manajemen konten digital dalam mendukung pemasaran situs web	Manajemen konten digital (SEO, SEM, CMS)	Praktikum, simulasi website	2x100	Proyek Konten Digital	Menerapkan manajemen konten	3%
15,16	Ujian Tengah Semester (teori/praktek)						
17,18	Mampu memanfaatkan alat analitik web untuk memantau dan	Web analytics (Google Analytics, KPI)	Praktikum analitik web	2x100	Tugas analisis data	Menggunakan alat analitik	3%

	mengevaluasi performa bisnis digital						
19,20	Mampu merancang strategi pemasaran digital berbasis TI yang adaptif terhadap perubahan pasar	Strategi pemasaran digital adaptif	Diskusi & simulasi; Buku: Charlesworth (2018)	2x100	Proyek Strategi Pemasaran	Merancang strategi pemasaran digital	3%
21,22	Mampu mengintegrasikan teknologi informasi dengan praktik bisnis untuk meningkatkan efisiensi	Integrasi TI dengan praktik bisnis	Studi kasus ERP/CRM	2x100	Tugas Kelompok	Integrasi TI & bisnis	3%
23,24	Mampu mengelola sumber daya pengetahuan dan informasi sebagai pendukung pengambilan keputusan bisnis	Knowledge management & Decision support	Diskusi literatur; Buku: Loudon (2014)	2x100	Laporan Analisis	Pengelolaan informasi bisnis	3%

25,26	Mampu menilai efektivitas pengelolaan bisnis digital dengan indikator kinerja yang relevan.	Pengukuran kinerja bisnis digital	Diskusi, benchmarking	2x100	Quiz dan Tugas	Menilai efektivitas kinerja	3%
27,28	Integrasi CPMK	Studi kasus besar lintas topik	Diskusi kelompok, presentasi	2x100	Proyek Tim	Integrasi semua CPMK	3%
29,30	Review & remedial Presentasi Proyek Final	Penguatan Konsep, Proyek bisnis digital	Diskusi, Q&A dan presentasi kelompok	2x100	Presentasi proyek & Presentasi Proyek	Implementasi inovasi digital dan reviewe materi 17-10	10%
31,32	Ujian Akhir Semester (teori dan parktek)						