



**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 14

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.0203127903	Koordinator Bidang Ilmu (KBK) (Indera,S.Kom.,M.T.I) NIDN.0201108002	Ketua Program Studi (Dr.Wasilah,S.Kom.,M.T) NIDN. 0203016701
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>Mampu mengusulkan peluang inovasi digital untuk peningkatan bisnis proses yang mendatangkan nilai untuk organisasi. [CPMK123]</p>	<p>SUBCPMK1231. Mampu menjelaskan konsep dasar bisnis digital dan peran teknologi dalam transformasi bisnis.</p> <p>SUBCPMK1232. Mampu mengidentifikasi peluang inovasi digital yang relevan untuk peningkatan proses bisnis.</p> <p>SUBCPMK1233. Mampu menganalisis kebutuhan bisnis dalam konteks pemanfaatan teknologi digital.</p> <p>SUBCPMK1234. Mampu menyusun gagasan inovasi digital yang mendukung strategi bisnis organisasi.</p> <p>SUBCPMK1235. Mampu membandingkan berbagai solusi inovasi digital berdasarkan nilai tambah dan keunggulannya.</p> <p>SUBCPMK1236. Mampu mengevaluasi dampak usulan inovasi digital terhadap daya saing dan keberlanjutan organisasi</p>
<p>Mampu mengelola bisnis dengan memanfaatkan teknologi informasi dan pengetahuan pendukung lainnya [CPMK 132]</p>	<p>SUBCPMK1321. Mampu menerapkan konsep manajemen konten digital dalam mendukung pemasaran situs web.</p> <p>SUBCPMK1322. Mampu memanfaatkan alat analitik web untuk memantau dan mengevaluasi performa bisnis digital.</p> <p>SUBCPMK1323. Mampu merancang strategi pemasaran digital berbasis TI yang adaptif terhadap perubahan pasar.</p> <p>SUBCPMK1324. Mampu mengintegrasikan teknologi informasi dengan praktik bisnis untuk meningkatkan efisiensi.</p> <p>SUBCPMK1325. Mampu mengelola sumber daya pengetahuan dan informasi sebagai pendukung pengambilan keputusan bisnis.</p> <p>SUBCPMK1326. 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		BK06 : IS Management and Strategy BK10 : Practicum BK12: Data / Business Analytics BK13: Business Process Management BK14: Enterprise Architecture BK15: User Interface Design BK16: Emerging Technologies BK17 : Digital Innovation					
Pustaka		Utama 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. Pendukung 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 dalam transformasi bisnis. [SUBCPMK1231.]	Pendahuluan Kontrak Perkuliahan RPS, CPMK Introduction to digital business and e-commerce pengertian bisnis digital dan ecommerce Perbedaan membedakan bisnis digital dengan bisnis konvensional bentuk-bentuk kepemilikan bisnis digital	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	1.Ketepatan menelaah pengertian bisnis digital dan ecommerce 2.Ketepatan membedakan bisnis digital dengan bisnis konvensional 3.Ketepatan dalam menelaah bentuk-bentuk kepemilikan bisnis digital	5%
3,4	Mampu mengidentifikasi peluang inovasi digital yang relevan untuk peningkatan proses bisnis. [SUBCPMK1232.]	Marketplace analysis for ecommerce ecommerce, marketplace, dan online shop contoh dan studi kasus mengenai e-commerce,	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	1.Ketepatan menelaah tentang ecommerce, marketplace, dan online shop 2.Ketepatan membedakan seputar ecommerce, marketplace,	3%

	Mampu menganalisis kebutuhan bisnis dalam konteks pemanfaatan teknologi digital. [SUBCPMK1233.]	marketplace, dan online shop				dan online shop 3. Ketepatan menjelaskan contoh dan studi kasus mengenai e-commerce, marketplace, dan online shop	
5,6	Mampu menganalisis kebutuhan bisnis dalam konteks pemanfaatan teknologi digital. [SUBCPMK1233.]	Managing digital business infrastructure pengertian infrastruktur bisnis digital elemen infrastruktur bisnis digital fungsi layanan web (web services), cloud computing dan service-oriented architecture (SOA)	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	1. Ketepatan menelaah pengertian infrastruktur bisnis digital 2. Ketepatan menelaah elemen infrastruktur bisnis digital 3. Ketepatan menelaah fungsi layanan web (web services), cloud computing dan service-oriented architecture (SOA)	3%
7,8	Mampu menyusun gagasan inovasi digital yang mendukung	Digital business strategy pengertian dan tahapan strategi bisnis digital	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian :	1. Ketepatan menelaah pengertian dan tahapan strategi bisnis digital	3%

	strategi bisnis organisasi [SUBCPMK1234.]	strategi saluran digital (digital channel strategies) analisis strategis dengan SWOT strategi bisnis digital untuk usaha kecil dan menengah/SMEs	Management. New York: Pearson Penugasan : Siakad		Aktifitas Partisipasif	2.Ketepatan menelaah strategi saluran digital (digital channel strategies) 3.Ketepatan menelaah analisis strategis dengan SWOT 4.Ketepatan menelaah strategi bisnis digital untuk usaha kecil dan menengah/SMEs	
9,10	Mampu membandingkan berbagai solusi inovasi digital berdasarkan nilai tambah dan keunggulannya [SUBCPMK1235.]	Business Ethic prinsip - prinsip etika bisnis digital bentuk - bentuk dari digital business social responsibility contoh dan studi kasus prinsip- prinsip etika bisnis digital dan digital business social responsibility	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	1.Ketepatan menelaah prinsip - prinsip etika bisnis digital 2.Ketepatan menelaah bentuk - bentuk dari digital business social responsibility	3%

						3.Ketepatan me njelaskan contoh dan studi kasus prinsip- prinsip etika bisnis digital dan digital business social responsibility	
11,12	Mampu merancang strategi pemasaran digital berbasis TI yang adaptif terhadap perubahan pasar. [SUBCPMK1323.]	Change management tantangan transformasi bisnis digital berbagai jenis perubahan dalam bisnis merencanakan peruba han persyaratan sumber daya manusia dan me revisi strukturorganis asi pendekatan untuk mengelola perubahan dengan fokus pada aspek manajemen pengetahuan	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS Siakad	2x100	K kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partipasif, Praktik / Unjuk Kerja	1. Ketepatan me nelaah tantangan transformasi bisnis digital 2.Ketepatan menelaah berbagai jenis perubahan dalam bisnis 3.Ketepatan menelaah dalam merencanakan perubahan 4.Kesesuaian persyaratan sumberdaya manusia dan merevisi struktur organisasi 5.Penguasaan terhadap pendekatan untuk mengelola	3%

						perubahan dengan fokus pada aspek manajemen pengetahuan	
13,14	Mampu menerapkan konsep manajemen konten digital dalam mendukung pemasaran situs web. [SUBCPMK1321.]	E – Environmen lingkungan makro menggunakan kerangka SLEPT lingkungan dan green issues terkait penggunaan internet e-government 4.Ketepatan menelaah inovasi teknologi dan penilaian teknologi	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja	1.Ketepatan menelaah lingkungan makro menggunakan kerangka SLEPT 2.Ketepatan menelaah lingkungan dan green issues terkait penggunaan internet 3.Ketepatan menelaah e - government 4.Ketepatan menelaah inovasi teknologi dan penilaian teknologi	3%

15,16	Ujian Tengah Semester (teori/praktek)						
17,18	Mampu memanfaatkan alat analitik web untuk memantau dan mengevaluasi performa bisnis digital. [SUBCPMK1322.]	Supply chain management Pengertian supply chain management model supply chain management di B2B value chain di bisnis digital e-SCM	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan,kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian:Aktifitas Partisipasi	1. Ketepatan menelaah pengertian supply chain management 2. Ketepatan menelaah model supply chain management di B2B 3. Ketepatan menelaah value chain di bisnis digital 4. Ketepatan menelaah e-SCM	3%
19,20	Mampu memanfaatkan alat analitik web untuk memantau dan mengevaluasi performa bisnis digital [SUBCPMK1322.]	E – Procurement pengertian supply chain management model supply chain management di B2B value chain di bisnis digital e-SCM	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS;Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan,kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian:Aktifitas Partisipasi	1. Ketepatan menelaah pengertian supply chain management 2. Ketepatan menelaah model supply chain management di B2B	3%

						3. Ketepatan menelaah value chain di bisnis digital 4. Ketepatan menelaah e-SCM	
21,22	Mampu memanfaatkan alat analitik web untuk memantau dan mengevaluasi performa bisnis digital [SUBCPMK1322.]	Customer relationship management e-CRM strategi pemasaran digital aktivitas pemasaran pada customer relationship management benefit dari customer relationship management	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	1. Ketepatan menjelaskan apa itu e-CRM? 2. Ketepatan menelaah strategi pemasaran digital 3. Ketepatan menelaah aktivitas pemasaran pada customer relationship management 4. Ketepatan menelaah benefit dari customer relationship management	3%
23,24	Mampu merancang strategi pemasaran digital berbasis TI yang adaptif	Customer relationship management	Ceramah interaktif, diskusi, LMS	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan	1. Ketepatan menelaah	3%

	terhadap perubahan pasar.[SUBCPMK1323.]	Customer engagement strategy Efektivitas komunikasi pemasaran Fokus pada medasosial dan strategi CRM sosial mengidetifikasi solusi teknologi untuk CRM	Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS Siakad		penguasaan Bentuk Peilaian : Aktifitas Partisipas	customer engagement strategy 2. Ketepatan me nilai efektivit a s komunikasi pemasaran 3. Ketepatan fokus pada media sosial dan strategi CRM sosial 4.Ketepatan mengidentifika sisolusi teknologi untuk CRM	
25,26	Mampu mengintegrasikan teknologi informasi dengan praktik bisnis untuk meningkatkan efisiensi. [SUBCPMK1324.] Mampu mengelola sumber daya pengetahuan dan informasi sebagai pendukung pengambilan keputusan bisnis. [SUBCPMK1325.]	Aspek Keuangan dalam bisnis aspek keuangan bisnis digital proses pencatatan hingga pelaporan keuangan bisnis digital	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan :LMS, Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasi	1.Ketepatan menelaah aspek keuangan bisnis digital 2.Ketepatan menelaah proses pencatatan hingga pelaporan keuangan bisnis digital	3%

27,28	Mampu mengelola sumber daya pengetahuan dan informasi sebagai pendukung pengambilan keputusan bisnis. [SUBCPMK1325.]	Business Design Aspek desain bisnis digital Process modelling dan data modelling usercentered design dan manajemen pengalaman pelanggan Security Design	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasi	1. Ketepatan menelaah aspek desain bisnis digital 2. Ketepatan menelaah process modelling dan data modelling 3. Ketepatan menelaah usercentered design dan manajemen pengalaman pelanggan 4. Ketepatan menelaah security design	3%
29,30	Mampu menilai efektivitas pengelolaan bisnis digital dengan indikator kinerja yang relevan [SUBCPMK1326.]	Business Model Canvas Business Model Canvas dalam bisnis digital Menyusun Rencana Bisnis Digital Berdasar Business Model Canvas	Ceramah interaktif, diskusi, LMS Pustaka: Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson Penugasan : LMS Siakad	2x100	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	1. Ketepatan memahami business model canvas dalam bisnis digital 2. Ketepatan menyusun rencana bisnis digital berdasar	10%

						business model canvas	
31,32	Ujian Akhir Semester (teori dan parktek)						