RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

	PERGURUAN TINGGI : UNIVERSITAS PAHLAWAN TUANKU TAMBUSAI **FAKULTAS : FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS** **PROGRAM STUDI : S1 BISNIS DIGITAL**	**Kode Dokumen:**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)					
Mata Kuliah	**Kode**	**Rumpun Mata Kuliah**	**SKS**	**Semester**	**Tanggal Penyusunan**
Pengantar Bisnis	FEB11202	**Manajemen**	**3**	**1**	**1 Maret 2024**
Otorisasi	**Dosen Pengembang RPS**		**Koordinator RMK**		**Ketua Program Studi**
	Zulfan Ependi, SE.,MM **Syafriade Zulmi, SE.,MM**		**Rizqon Jamil Farhas, SE.,M.Si**		**Rizqon Jamil Farhas, SE.,M.Si**

	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) Program Studi	
Capaian Pembelajaran (CP)	**Kode**	**Rumusan**
	S3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila;
	S6	Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan;
	S10	Menginternilaisasi semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan
	S11	Mampu mengintegrasikan kecakapan (1) belajar dan berinovasi (*learning and innovation skills*), (2) penguasaan informasi, media, dan teknologi (*information, media and technology skills*), dan (3) pengembangan karir dan kecakapan hidup (*life and career skills*);
	P1	Menguasai konsep dan metode keilmuan yang menaungi substansi bidang Bisnis Digital
	P3	Menguasai konsep ilmu Bisnis Digital secara umum termasuk didalamnya perencanaan usaha, penciptaan usaha, pengembangan usaha, pemodelan usaha, serta kreativitas dan inovasi
	P5	Menguasai konsep ilmu manajemen yang terdiri dari manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan manajemen operasi;
	KU1	Mampu menerapkan pemikian logis, kritis, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan jenis pekerjaan spesifik di bidang Bisnis Digital serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan
	KU6	Mempunyai kemampuan dalam mendefenisikan Kebutuhan dunia usaha dan Industri terhadap kinerja (menganalisis,

		mengembankan dan mengevauasi) metode berbasis digital.
	KK3	Mampu berpikir secara logis, analitis, kritis, kreatif, inovatif, serta mengaplikasikan berbagai model keputusan (*decision making model*) dalam menentukan solusi strategis terkait dengan masalah-masalah di bidang Bisnis Digital
	KK5	Mampu menjadi pemimpin yang kreatif, inovatif, inisiatif, berani mengambil risiko, dan mandiri dengan menggunakan prinsip-prinsip kepemimpinan (leadership);
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	Kode	**Rumusan**
	CPMK 1	Mahasiswa mampu menguasai dan menginternalisasi konsep dasar bisnis digital, termasuk semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. Mahasiswa juga diharapkan mampu menerapkan pemikiran logis dan kritis dalam merumuskan ide bisnis digital yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, serta berkontribusi pada kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila. (S10, S3, P1, P3, KU1, KK3)
	CPMK 2	Mahasiswa mampu menguasai dan menerapkan konsep manajemen sumber daya manusia, keuangan, dan operasi dalam bisnis digital. Selain itu, mahasiswa diharapkan mampu mendefinisikan kebutuhan dunia usaha terhadap kinerja digital dan menerapkan prinsip-prinsip kepemimpinan yang kreatif, inovatif, serta memiliki kepedulian sosial terhadap masyarakat dan lingkungan. (S6, P5, KU6, KK5)
	CPMK 3	Mahasiswa mampu mengintegrasikan keterampilan belajar, inovasi, dan penguasaan teknologi informasi dalam pengembangan bisnis digital. Mahasiswa juga diharapkan dapat berpikir kreatif dan inovatif dalam mengaplikasikan model keputusan yang strategis untuk menghadapi tantangan di bidang Bisnis Digital. (S10, P3, P1, KU1, KU6, KK3)
	CPMK 4	Mahasiswa mampu menginternalisasi semangat kewirausahaan dalam mengembangkan karir di bidang Bisnis Digital. Selain itu, mahasiswa diharapkan mampu menjadi pemimpin yang mandiri, inovatif, dan berani mengambil risiko dengan menggunakan prinsip-prinsip kepemimpinan yang relevan dengan dunia bisnis digital. (S10, P3, P5, KU6, KK5)
	Sub-Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub-CPMK)	
	Sub-CPMK 1	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar bisnis digital, memahami elemen-elemen utama dalam bisnis digital, serta mengidentifikasi struktur bisnis yang efektif dalam konteks digital. (CPMK 1, CPMK 2)
	Sub-CPMK 2	Mahasiswa mampu menganalisis lingkungan bisnis dan mengidentifikasi peluang pasar dalam bisnis digital. Mahasiswa juga diharapkan mampu memetakan kebutuhan konsumen digital. (CPMK 1, CPMK 3)
	Sub-CPMK 3	Mahasiswa mampu merancang ide bisnis digital yang kreatif dan inovatif berdasarkan analisis pasar, serta mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan nilai tambah yang dapat dihasilkan. (CPMK 1, CPMK 3)
	Sub-CPMK 4	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk pemanfaatan media sosial, SEO, dan analitik digital untuk meningkatkan visibilitas bisnis. (CPMK 1, CPMK 4)
	Sub-CPMK 5	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip-prinsip manajemen sumber daya manusia dalam bisnis digital, termasuk strategi rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan keterampilan. (CPMK 2, CPMK 4)
	Sub-CPMK 6	Mahasiswa mampu merancang dan mengelola strategi keuangan serta operasional dalam bisnis digital, dengan fokus pada efisiensi dan efektivitas. (CPMK 2, CPMK 3)
	Sub-CPMK 7	Mahasiswa mampu mengintegrasikan teknologi informasi dan media digital dalam proses bisnis, serta mengevaluasi dampak teknologi terhadap produktivitas dan keberlanjutan bisnis. (CPMK 3, CPMK 4)
	Sub-CPMK 8	Mahasiswa mampu mengevaluasi gaya kepemimpinan mereka dalam konteks bisnis digital, serta mengembangkan strategi kepemimpinan yang inovatif dan berani mengambil risiko. (CPMK 4)

<table>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td colspan="2">Korelasi antara CPMK dan Sub-CPMK
<table>
<tr><td></td><td>Sub-CPMK 1</td><td>Sub-CPMK 2</td><td>Sub-CPMK 3</td><td>Sub-CPMK 4</td><td>Sub-CPMK 5</td><td>Sub-CPMK 6</td><td>Sub-CPMK 7</td><td>Sub-CPMK 8</td></tr>
<tr><td>CPMK 1</td><td>√</td><td>√</td><td>√</td><td>√</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>CPMK 2</td><td>√</td><td></td><td></td><td></td><td>√</td><td>√</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>CPMK 3</td><td></td><td>√</td><td>√</td><td></td><td></td><td>√</td><td>√</td><td></td></tr>
<tr><td>CPMK 4</td><td></td><td></td><td></td><td>√</td><td>√</td><td></td><td>√</td><td>√</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>Deskripsi Singkat Mata Kuliah</td><td colspan="2">Mata kuliah Pengantar Bisnis dirancang untuk memberikan dasar yang kuat bagi mahasiswa dalam memahami konsep dan praktik bisnis di era digital. Mata kuliah ini memperkenalkan mahasiswa pada berbagai aspek bisnis, mulai dari pemahaman konsep dasar bisnis digital, identifikasi peluang pasar, hingga pengembangan ide bisnis yang inovatif dan berkelanjutan. Mahasiswa akan dibekali dengan keterampilan analisis, perencanaan, dan manajemen yang diperlukan untuk menciptakan dan mengelola bisnis digital yang efektif. Mata kuliah ini juga akan membahas strategi pemasaran digital, manajemen sumber daya manusia, keuangan, dan operasi yang diperlukan untuk menjalankan bisnis digital secara efisien. Selain itu, mahasiswa akan diajak untuk mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam proses bisnis dan mengembangkan kepemimpinan yang inovatif dan berani dalam menghadapi tantangan di dunia bisnis digital</td></tr>
<tr><td>Bahan Kajian / Materi Pembelajaran</td><td colspan="2">1. Memahami Konsep dan Struktur Dasar Bisnis Digital
2. Mengidentifikasi dan Menganalisis Peluang Pasar Digital
3. Merancang Ide Bisnis Digital yang Kreatif
4. Mengembangkan Strategi Pemasaran Digital yang Efektif
5. Menerapkan Prinsip-Prinsip Manajemen SDM dalam Bisnis Digital
6. Mengelola Keuangan dan Operasi dalam Bisnis Digital
7. Mengintegrasikan Teknologi dalam Proses Bisnis Digital
8. Mengevaluasi dan Mengembangkan Kepemimpinan dalam Bisnis Digital</td></tr>
<tr><td>Pustaka</td><td colspan="2">Utama :
1. Digital Business and E-Commerce Management oleh Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick (2021), Chapter 1 & 2
2. Manajemen Bisnis Digital oleh Harjanto Prabowo dan Maria Yulia (2022), Chapter 1 & 2
3. Market Research in Practice: A Guide to the Basics oleh Paul N. Hague, Matthew Harrison, dan Claire Harrison (2021), Chapter 3 & 4 (hal. 60-120).
4. Analisis Peluang Pasar Digital oleh Andi Yudha dan Nia Sari (2021), Chapter 3 & 4 (hal. 45-85)
5. Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All oleh Tom Kelley dan David Kelley (2021), Chapter 1 & 2 (hal. 1-60)
6. Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis Digital oleh Rina Ayu dan Hadi Kurniawan (2022), Chapter 2 & 3 (hal. 40-80)
7. Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice oleh Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick (2021), Chapter 5 & 6 (hal. 150-220)
8. Human Resource Management in the Digital Age: A New Paradigm oleh K. C. Ng dan S. K. Wong (2022), Chapter 1 & 2 (hal. 1-60).
9. Manajemen Keuangan dan Operasi Bisnis Digital oleh Rika Sari dan Ahmad Lutfi (2022), Chapter 3 & 4 (hal. 55-105)
10. Manajemen Teknologi Informasi untuk Bisnis Digital oleh Yudi Rahmat dan Evi Nuraini (2022), Chapter 5 & 6 (hal. 120-170)
11. Kepemimpinan dalam Era Digital" oleh Nani Hermawan dan Eko Widodo (2022), Chapter 1 & 2 (hal. 1-50)
Pendukung :
1. The Rise of Digital Business: A New Era of Business Management oleh A. Kumar dan S. Gupta, Journal of Business Research (2022), hal. 50-</td></tr>
</table>

	70. 2. **Transformasi Digital dalam Bisnis: Peluang dan Tantangan** oleh S. Ramli, *Jurnal Manajemen Indonesia* (2023), hal. 75-92 3. ***Understanding Market Opportunities for Digital Startups*** oleh M. W. Lee dan J. M. Choi, *International Journal of Digital Marketing* (2023), hal. 100-120. 4. ***Peluang Pasar Digital di Indonesia: Studi Kasus dan Analisis*** oleh R. H. Widianto, *Jurnal Pemasaran* (2022), hal. 50-70 5. **Innovation and Creativity in Digital Business** oleh H. L. Smith dan T. J. Brown, *Journal of Innovation Management*(2022), hal. 30-50 6. **Inovasi Bisnis Digital di Indonesia: Studi Kasus dan Pendekatan Kreatif** oleh F. Prabowo, *Jurnal Teknologi dan Inovasi* (2023), hal. 55-80 7. **Effective Digital Marketing Strategies for Modern Businesses** oleh J. E. Anderson dan L. M. Nguyen, *Journal of Digital Marketing* (2023), hal. 80-100 8. **Digital Marketing And Branding Analysis: Competitive Advantages Of Small Medium Enterprise Post-Covid-19** oleh RJ Farhas, Z Ependi, *Journal of Engineering Science and Technology Management* (JES-TM) 2 (1), 65-74 9. **The Role of Human Resource Management in Digital Transformation** oleh R. T. Johnson dan M. R. Brown, *Journal of Human Resource Management* (2023), hal. 120-140 10. **Operational Excellence in Digital Businesses** oleh S. M. Khan dan A. K. Patel, *Journal of Operations Management*(2023), hal. 100-120 11. ***The Influence of Supervision and Organizational Culture on Employee Work Productivity through Organizational Commitment to Kimshafi Alung Cipta Ltd*** oleh F Rezeki, N Librianty, RJ Farhas, Jurnal Manajemen Industri dan Logistik 7 (1), 138-151
Dosen Pengampu	Rizqon Jamil Farhas, SE.,M.Si
Mata Kuliah Syarat	-

Mgg ke	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator Penilaian	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk, Metode Pembelajaran & Penugasan	Materi pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1,2	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar bisnis digital, memahami elemen-elemen utama dalam bisnis digital, serta mengidentifikasi struktur bisnis yang efektif dalam konteks digital. (CPMK 1, CPMK 2)	• Mahasiswa dapat menjelaskan konsep dasar bisnis digital dan e-commerce dengan akurat • Mahasiswa dapat mengidentifikasi dan mendeskripsikan berbagai model bisnis digital yang umum digunakan • Mahasiswa mampu menganalisis struktur dasar bisnis digital dan aplikasinya dalam konteks lokal.	**Kriteria** : Pedoman Penskoran **Bentuk Penilaian Non Tes** : • Presentasi studi kasus • Tinjauan Pustaka (*literatur review*)	• Presentasi dan diskusi mahasiswa Luring / Daring (2 x 50") • Praktik Simulasi Struktur Organisasi Bisnis Digital **Deskripsi:** Mahasiswa berpartisipasi dalam simulasi di mana mereka harus membangun struktur organisasi untuk bisnis digital baru. Simulasi ini termasuk penentuan peran, tanggung jawab, dan hubungan antara berbagai	• Definisi bisnis digital, perbedaan antara bisnis tradisional dan bisnis digital. • Canvas model bisnis, model revenue, dan model distribusi dalam bisnis digital. • Komponen utama dalam bisnis digital seperti teknologi, platform, dan pelanggan. **Pustaka :** • ***Digital Business and E-Commerce Management*** oleh	15

Mgg ke	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator Penilaian	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk, Metode Pembelajaran & Penugasan	Materi pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				fungsi dalam organisasi (1x170") • **Tugas-1 terstruktur : analisis kasus** perusahaan digital yang sukses (e.g., Amazon, Tokopedia) (2 x 60") • **Tugas-2 Mandiri** : Menyusun ringkasan /Tinjauan Pustaka (literature Review) – Makalah (2 x 60")	Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick (2021), Chapter 1 & 2 • **Manajemen Bisnis Digital** oleh Harjanto Prabowo dan Maria Yulia (2022), Chapter 1 & 2	
3,4	Mahasiswa mampu menganalisis lingkungan bisnis dan mengidentifikasi peluang pasar dalam bisnis digital. Mahasiswa juga diharapkan mampu memetakan kebutuhan konsumen digital. (CPMK 1, CPMK 3)	• Mahasiswa dapat melakukan analisis peluang pasar digital menggunakan teknik dan alat yang telah dibahas • Mahasiswa dapat mengidentifikasi kebutuhan pasar dan potensi peluang bisnis digital berdasarkan data yang tersedia • Mahasiswa mampu mengevaluasi kelayakan peluang pasar digital untuk ide bisnis yang diberikan	**Kriteria** : Pedoman Penskoran dan Rubrik Skala Persepsi **Bentuk Penilaian Tes** : • Quis www.kahoot.it	• Presentasi dan diskusi mahasiswa Luring / Daring (2 x 50") • Praktek Simulasi Riset Pasar Digital **Deskripsi:** Mahasiswa berpartisipasi dalam simulasi di mana mereka melakukan riset pasar untuk produk atau layanan digital baru, termasuk analisis kompetitif dan pemetaan kebutuhan konsumen. (1x170') • **Tugas-3 Terstruktur** Identifikasi peluang pasar oleh startup digital (2 x 60")	• Teknik dan alat untuk menganalisis pasar, termasuk analisis SWOT dan PESTEL. • Cara mengidentifikasi peluang baru dalam pasar digital. • Segmentasi Pasar Digital **Pustaka :** • **Market Research in Practice: A Guide to the Basics** oleh Paul N. Hague, Matthew Harrison, dan Claire Harrison (2021), Chapter 3 & 4 (hal. 60-120). • **Analisis Peluang Pasar Digital** oleh Andi Yudha dan Nia Sari (2021), Chapter 3 & 4 (hal. 45-85)	15

Mgg ke	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator Penilaian	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk, Metode Pembelajaran & Penugasan	Materi pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				• **Tugas-4 Mandiri** : Menyusun ringkasan /Tinjauan Pustaka (literature Review) – Makalah (2 x 60")		
5,6	Mahasiswa mampu merancang ide bisnis digital yang kreatif dan inovatif berdasarkan analisis pasar, serta mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan nilai tambah yang dapat dihasilkan. (CPMK 1, CPMK 3)	• Mahasiswa dapat merancang ide bisnis digital yang kreatif dan inovatif. • Mahasiswa dapat menerapkan teknik kreativitas dalam merancang ide bisnis digital. • Mahasiswa mampu mengevaluasi ide bisnis berdasarkan kriteria kreatif dan inovatif.	**Kriteria** : Rubrik Holistik **Bentuk Penilaian Non Tes** : • Pembelajaran berbasis kasus	• Kuliah Presentasi dan diskusi mahasiswa (2 x 50") • Praktik Ide Bisnis **Deskripsi:** Mahasiswa merancang ide bisnis digital dari awal, termasuk konsep, model bisnis, strategi pemasaran, dan analisis keberlanjutan. Proyek ini melibatkan pembuatan rencana bisnis dan presentasi ide kepada panel.(1x170") • **Tugas-5 Terstruktur Diskusi kelompok** Kisah sukses startup yang dimulai dari ide sederhana (e.g., Instagram, Gojek) (2x60") • **Tugas-6 Mandiri** : Mengisi Empaty Map yang telah disiapakan oleh dosen (2 x 60")	• Proses Kreatif dalam Pengembangan Ide Bisnis: Teknik brainstorming dan mind mapping • Inovasi produk, layanan, dan model bisnis • Prototyping dan uji pasar untuk ide bisnis digital Pustaka : • ***Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*** oleh Tom Kelley dan David Kelley (2021), Chapter 1 & 2 (hal. 1-60) • **Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis Digital** oleh Rina Ayu dan Hadi Kurniawan (2022), Chapter 2 & 3 (hal. 40-80)	15
7	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif,	• Mahasiswa dapat merancang strategi pemasaran digital yang efektif untuk ide bisnis digital	**Kriteria** : Rubrik Holistik	• Kuliah Presentasi dan diskusi mahasiswa (2 x 50") • **Praktik simulasi kampanye Pemasaran**	• Konsep dasar pemasaran digital dan perbedaannya dengan pemasaran tradisional. • eknik optimasi mesin pencari	10

Mgg ke	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator Penilaian	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk, Metode Pembelajaran & Penugasan	Materi pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	termasuk pemanfaatan media sosial, SEO, dan analitik digital untuk meningkatkan visibilitas bisnis. (CPMK 1, CPMK 4)	• Mahasiswa mampu mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diusulkan berdasarkan hasil analisis	**Bentuk Penilaian Non Tes** : • Pembelajaran berbasis kasus	**Deskripsi:** Mahasiswa berpartisipasi dalam simulasi kampanye pemasaran di media sosial, termasuk pembuatan konten, penjadwalan, dan analisis hasil (1x170") • **Tugas-7 Terstruktur :** Kampanye pemasaran digital yang sukses (e.g., Coca-Cola, GoFood) (2 x 60") • **Tugas-8 Mandiri :** Tinjauan Pustaka / review Segementasi Pasar (2 x 60")	dan pemasaran melalui mesin pencari. • Penggunaan platform sosial media untuk pemasaran **Pustaka :** • **Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice** oleh Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick (2021), Chapter 5 & 6 (hal. 150-220) • **Digital Marketing And Branding Analysis: Competitive Advantages Of Small Medium Enterprise Post-Covid-19** oleh RJ Farhas, Z Ependi, *Journal of Engineering Science and Technology Management* (JES-TM) 2 (1), 65-74	
8	**Ujian Tengah Semester (UTS)**					
9,10	Mahasiswa mampu menerapkan prinsip-prinsip manajemen sumber daya manusia dalam bisnis digital, termasuk strategi rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan keterampilan. (CPMK 2, CPMK 4)	• Mahasiswa dapat menerapkan prinsip-prinsip manajemen SDM dalam konteks bisnis digital • Mahasiswa mampu menganalisis kebutuhan SDM untuk bisnis digital dan mengembangkan solusi yang sesuai • Mahasiswa dapat mengevaluasi praktik	**Kriteria** : Rubrik Holistik **Bentuk Penilaian Non Tes** : • Pembelajaran berbasis kasus	• Kuliah Presentasi dan diskusi mahasiswa (2 x 50") • Praktik Proses Rekrutmen dan Seleksi **Deskripsi:** Mahasiswa berpartisipasi dalam simulasi proses rekrutmen dan seleksi untuk posisi dalam bisnis digital, termasuk pembuatan iklan lowongan, penyaringan CV,	• Rekrutmen, pelatihan, dan pengembangan tim • Penetapan tujuan, evaluasi kinerja, dan umpan balik • Membangun budaya perusahaan yang inovatif. **Pustaka :** • **Human Resource Management in the Digital Age: A New Paradigm** oleh K. C. Ng dan S. K.	10

Mgg ke	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator Penilaian	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk, Metode Pembelajaran & Penugasan	Materi pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		manajemen SDM dalam bisnis digital berdasarkan studi kasus		dan wawancara (1x170") • **Tugas-9 Terstruktur :** Studi Kasus Pengelolaan SDM di perusahaan teknologi (e.g., Google, Facebook) (2 x 60") • **Tugas-10 Mandiri :** Review Artikel tentang pengelolaan SDM (2 x 60")	Wong (2022), Chapter 1 & 2 (hal. 1-60). • **The Role of Human Resource Management in Digital Transformation** oleh R. T. Johnson dan M. R. Brown, *Journal of Human Resource Management* (2023), hal. 120-140	
11,12	Mahasiswa mampu merancang dan mengelola strategi keuangan serta operasional dalam bisnis digital, dengan fokus pada efisiensi dan efektivitas. (CPMK 2, CPMK 3)	• Mahasiswa dapat menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan dalam konteks bisnis digital. • Mahasiswa dapat menjelaskan konsep-konsep manajemen operasi yang relevan untuk bisnis digital • Mahasiswa mampu mengevaluasi aspek keuangan dan operasi dari studi kasus bisnis digital	**Kriteria** : Rubrik Holistik **Bentuk Penilaian Non Tes** : • Pembelajaran berbasis kasus	• Kuliah Presentasi dan diskusi panel mahasiswa (2 x 50") • **Praktik Rencana Strategi Keuangan dan Operasional Deskripsi:** Mahasiswa merancang rencana strategi keuangan dan operasional untuk sebuah bisnis digital, dengan fokus pada efisiensi dan efektivitas (1x170") • **Tugas-11 Terstruktur :** Membahas kasus Strategi keuangan perusahaan e-commerce (e.g., Bukalapak, Alibaba) (2 x 60") • **Tugas-12 Mandiri :** Resume / menyusun makalah strategi bisnis di era digital (2 x 60")	• Pengelolaan cash flow, anggaran, dan analisis profitabilitas. • Pengelolaan rantai pasok dan logistik dalam bisnis digital • Rasio keuangan, analisis laporan keuangan **Pustaka :** • **Manajemen Keuangan dan Operasi Bisnis Digital** oleh Rika Sari dan Ahmad Lutfi (2022), Chapter 3 & 4 (hal. 55-105) • **Operational Excellence in Digital Businesses** oleh S. M. Khan dan A. K. Patel, *Journal of Operations Management*(2023), hal. 100-120	15

Mgg ke	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator Penilaian	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk, Metode Pembelajaran & Penugasan	Materi pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
13,14	Mahasiswa mampu mengintegrasikan teknologi informasi dan media digital dalam proses bisnis, serta mengevaluasi dampak teknologi terhadap produktivitas dan keberlanjutan bisnis. (CPMK 3, CPMK 4)	• Mahasiswa dapat menjelaskan bagaimana teknologi dapat diintegrasikan dalam proses bisnis digital. • Mahasiswa mampu menganalisis tantangan yang terkait dengan integrasi teknologi dalam bisnis digital. • Mahasiswa dapat mengevaluasi solusi teknologi yang diusulkan untuk masalah dalam bisnis digital	**Kriteria** : Rubrik Holistik **Bentuk Penilaian Non Tes** : • Pembelajaran berbasis kasus	• Presentasi dan diskusi mahasiswa (2 x 50") • Praktik Penggunaan Sistem Informasi untuk menganalisis tren bsinis. (1x170") • **Tugas-13 Terstruktur** Membahas kasus Implementasi teknologi dalam bisnis digital (e.g., Shopee, Netflix). (2 x 60") • **Tugas-14 Mandiri** Tinjauan pustaka (literatur review)- Membuat makalah (2 x 60")	• Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam mendukung bisnis digital • Penerapan ERP (Enterprise Resource Planning) dalam bisnis digital • Pengelolaan risiko dan perlindungan data **Pustaka :** • **Manajemen Teknologi Informasi untuk Bisnis Digital** oleh Yudi Rahmat dan Evi Nuraini (2022), Chapter 5 & 6 (hal. 120-170)	10
15	Mahasiswa mampu mengevaluasi gaya kepemimpinan mereka dalam konteks bisnis digital, serta mengembangkan strategi kepemimpinan yang inovatif dan berani mengambil risiko. (CPMK 4)	• Mahasiswa dapat mengembangkan keterampilan kepemimpinan yang diperlukan dalam bisnis digital • Mahasiswa dapat menerapkan prinsip-prinsip kepemimpinan dalam situasi nyata yang dihadapi oleh bisnis digital	**Kriteria** : Rubrik Skala Persepsi **Bentuk Penilaian Tes** : • Quis www.kahoot.it	• Kuliah dan diskusi mahasiswa (2 x 50") • Praktik simulasi (role play) kepimpinan dalam kelompok mahasiswa (1x170") • **Tugas-15 Terstruktur** Membahas kasus kepemimpinan perusahaan terkemuka (tesla, amazon) (2 x 60") • **Tugas-12 Mandiri** Membuat resume pembelajaran - makalah (2	• Gaya kepemimpinan yang efektif dalam lingkungan bisnis digital • Teknik dan alat untuk pengambilan keputusan yang efektif. • Mengelola perubahan dalam organisasi bisnis digital **Pustaka :** • **Kepemimpinan dalam Era Digital"** oleh Nani Hermawan dan Eko Widodo (2022), Chapter 1 & 2 (hal. 1-50) • ***The Influence of Supervision and Organizational Culture on Employee Work Productivity through Organizational Commitment to Kimshafi Alung***	10

Mgg ke	Sub-CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator Penilaian	Kriteria & Bentuk Penilaian	Bentuk, Metode Pembelajaran & Penugasan	Materi pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
				x 60”)	***Cipta Ltd*** oleh F Rezeki, N Librianty, RJ Farhas, Jurnal Manajemen Industri dan Logistik 7 (1), 138-151	
16	**Ujian Akhir Semester (UAS)**					

FORMAT RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)

LOGO	**PERGURUAN TINGGI**	**:**	
	FAKULTAS	**:**	
	PROGRAM STUDI	**:**	
RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN			
MATA KULIAH			
KODE		**SKS:**	**SEMESTER:**
DOSEN			
CPMK	1. …… 2. …… 3. ……		
PERTEMUAN KE-			**WAKTU: … menit**
SUB-CPMK	1. …… 2. …… 3. …… 4. ……		
BAHAN KAJIAN			
METODE PEMBELAJARAN			
MEDIA PEMBELAJARAN			
KEGIATAN PEMBELAJARAN			**Waktu**
Pendahuluan	1. …….. 2. ……..		…… menit
Penyajian	3. …….. 4. ……..		…… menit
Penutup	5. …….. 6. ……..		…… menit
TUGAS			
KRITERIA PENILAIAN			
REFERENSI			