

Format Rencana Pembelajaran Semester (RPS)

		UNIVERSITAS ALMA ATA YOGYAKARTA				Kode Dokumen
		PROGRAM STUDI MANAJEMEN				
		FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS				
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan	
E-Marketing	MNJ-024	Ekonomi	3 SKS	6	15 Maret 2024	
		Pengembang RPS	Koordinator RMK		Ketua PRODI	
		Elisa Jayanti Lestari, S.E., M.M.			Dimas Wibisono, S.E., M.B.A.	
Pencapaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK					
	Sikap					
	S-8	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik.				
	S-9	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri.				
	S-10	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan.				
	Keterampilan Umum					
	KU-2	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data. (KU5)				
	Keterampilan Khusus					
	KK-1	Ketrampilan Konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko (KK1)				
		Tanggap terhadap perubahan yang terjadi di lingkungan. (KK2)				
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)					
	CP-MK1	Mengerti dan memahami pentingnya strategi berorientasi pasar.				
	CP-MK2	Mengerti dan memahami peta persaingan dan merumuskan strategi pemasaran berbasis pesaing.				
CP-MK3	Mengerti dan memahami penerapan konsep-konsep segmentasi pemasaran strategis, membentuk dan memilih strategi segmentasi.					
CP-MK4	Mengerti dan memahami strategi pengelolaan hubungan dengan konsumen.					
CP-MK5	Mengerti dan memahami metode-metode serta kapabilitas yang dibutuhkan untuk mempelajari konsumen dan pasar.					
CP-MK6	Mengerti dan memahami penargetan pasar sasaran serta pemosisian strategis.					

	CP-MK7	Mengerti dan memahami pentingnya hubungan strategis antar organisasi dan memaparkan metode-metode dalam membentuk dan mempertahankan hubungan tersebut.								
	CP-MK8	Mengerti dan memahami arti penting inovasi bagi keberhasilan strategi pemasaran serta strategi terhadap produk baru.								
	CP-MK9	Mengerti dan memahami manajemen merk strategis, mengidentifikasi identitas merk, dan merumuskan strategi membangun merk yang kuat								
	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)									
	Sub-CPMK 1	Mampu dan memahami pentingnya strategi berorientasi pasar.								
	Sub-CPMK 2	Mampu dan memahami peta persaingan dan merumuskan strategi pemasaran berbasis pesaing.								
	Sub-CPMK 3	Mampu dan memahami penerapan konsep-konsep segmentasi pemasaran strategis, membentuk dan memilih strategi segmentasi.								
	Sub-CPMK 4	Mampu dan memahami strategi pengelolaan hubungan dengan konsumen.								
	Sub-CPMK 5	Mampu dan memahami metode-metode serta kapabilitas yang dibutuhkan untuk mempelajari konsumen dan pasar.								
	Sub-CPMK 6	Mampu dan memahami penargetan pasar sasaran serta pemosisian strategis.								
	Sub-CPMK 7	Mampu dan memahami pentingnya hubungan strategis antar organisasi dan memaparkan metode-metode dalam membentuk dan mempertahankan hubungan tersebut.								
	Sub-CPMK 8	Mampu dan memahami arti penting inovasi bagi keberhasilan strategi pemasaran serta strategi terhadap produk baru.								
	Sub-CPMK 9	Mampu dan memahami manajemen merk strategis, mengidentifikasi identitas merk, dan merumuskan strategi membangun merek yang kuat								
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK									
		Sub-CPMK 1	Sub-CPMK 2	Sub-CPMK 3	Sub-CPMK 4	Sub-CPMK 5	Sub-CPMK 6	Sub-CPMK 7	Sub-CPMK 8	Sub-CPMK 9
	CPMK 1	v				v				
	CPMK 2		v				v	v		
	CPMK 3			v						
	CPMK 4				v					
	CPMK 5	v				v				
	CPMK 6			v			v			
	CPMK 7				v			v		
	CPMK 8			v					v	
	CPMK 9							v		v
Deskripsi Singkat MK	Mata Kuliah ini mendeskripsikan Penekanan utama dalam mata kuliah ini terletak pada cara bagaimana melakukan analisis pemasaran dan perencanaan strategik. Mahasiswa diharapkan mampu memahami proses perencanaan hingga implementasi strategi pemasaran di perusahaan.									

Bahan Kajian: Materi Pembelajaran	Mata Kuliah ini berfokus pada satu keterampilan E-marketing yaitu komunikasi pemasaran dalam situasi berbasis teknologi. Tujuan dari mata kuliah ini adalah diharapkan mahasiswa mampu menggunakan konsep E-marketing berdasarkan platform yang variatif.
Pustaka	Utama:
	1. Simon Kingsnorth - Digital Marketing Strategy
	Pendukung :
	1. Kotler Philip, Kartajaya Hermawan, Setiawan Iwan, Marketing 4.0, Gramedia Pusataka Utama, Jakarta, 2019
Dosen Pengampu	Elisa Jayanti Lestari, S.E., M.M.
Matakuliah syarat	-

Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring (<i>offline</i>)	Daring (<i>online</i>)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Memahami dan mampu menjelaskan konsep dasar mengenai digital marketing serta poin-poin utama yang ada dalam E-marketing.	- RPS - Dasar-dasar marketing/ E-marketing - framework digital marketing	Kriteria: Ketepatan dan penugasan Bentuk non-test: Tanya Jawab	Ceramah dan Tanya Jawab Daring: 1x (3x50 menit)	http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6947 http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm	-Ketepatan memahami dan mampu menjelaskan mengenai konsep dasar E-marketing - Ketepatan memahami dan mampu menjelaskan mengenai fungsi, manfaat dan framework E-marketing	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%

						Craven, D.W. & Piercy, N.F. (2013). <i>Strategic Marketing, Tenth Edition</i> . Boston: McGraw-Hill Companies, Inc Kotler & Keller (2019). <i>Marketing Management</i> . New Jersey: Prentice Hall	
2-3	Memahami dan mampu menjelaskan mengenai penyeselarasan bisnis dengan strategi bisnis E-marketing.	- Strategi E-marketing - penyeselarasan bisnis dengan strategi e-marketing	Kriteria: Ketepatan dan penugasan Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan	Ceramah dan Tanya Jawab Daring: 1x (3x50 menit)	http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949 http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/i0f%2Dnrw%2Djxm	Kemampuan mahasiswa dalam strategi bisnis E-marketing dengan indikator: - frekuensi mahasiswa dalam menyampaikan pendapat saat berdiskusi. - Ketepatan pendapat yang disampaikan dengan konsep materi ajar (tinjauan pustaka) - Ketepatan dalam menjawab kasus dalam ujian	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%
4	Mengetahui, memahami dan mampu menjelaskan mengenai hambatan dan pertimbangan	- Hambatan menjalankan E-marketing - Memahami	Kriteria: Ketepatan dan penugasan	Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50"))	http://elearning.alm.aata.ac.id/course/view.php?id=6949	Kemampuan mahasiswa dalam mendiskusikan hambatan dalam menoperasikan E-marketing dan apa saja	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%

	yang akan dihadapi oleh pelaku bisnis.	pertimbangan bisnis	Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan		http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm	aktivitasnya, dengan indikator: - frekuensi mahasiswa dalam menyampaikan pendapat saat berdiskusi. - Ketepatan pendapat yang disampaikan dengan konsep materi ajar (tinjauan pustaka) - Ketepatan dalam menjawab kasus dalam ujian	UTS: 30% UAS: 30%
5-6	Memiliki ketrampilan dalam memahami pengalaman pengguna dan transformasi pengguna	-Dasar-dasar perilaku Konsumen -Segmnetasi pengguna	Kriteria: Ketepatan dan penugasan Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan	Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50")) Tugas 1: Fenomena pemasaran jasa pada pelayanan Go food	http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949 http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm	Kemampuan mahasiswa dalam mendiskusikan hambatan dalam menoperasioalkan E-marketing dan apa saja aktivitasnya, dengan indikator: - frekuensi mahasiswa dalam menyampaikan pendapat saat berdiskusi. - Ketepatan pendapat yang disampaikan dengan konsep materi ajar (tinjauan pustaka)	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%

						- Ketepatan dalam menjawab kasus dalam ujian	
7	memahami cara mengelola hubungan pelanggan dan daya ingat pelanggan.	-mengelola hubungan pelanggan -memahami daya ingat pelanggan.	Kriteria: Ketepatan dan penugasan Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan	Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50"))	http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949 https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim	Kemampuan mahasiswa dalam mendiskusikan hambatan dalam menoperasikan E-marketing dan apa saja aktivitasnya, dengan indicator: - frekuensi mahasiswa dalam menyampaikan pendapat saat berdiskusi. - Ketepatan pendapat yang disampaikan dengan konsep materi ajar (tinjauan pustaka) - Ketepatan dalam menjawab kasus dalam ujian	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%
Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengah Semester							
8-9	Mampu memahami, menjelaskan tentang dasar –dasar media social dan Mampu menganalisis pemasaran yang Berorientasi pada Manusia untuk Daya	-definisi mengenai media social - jenis-jenis media social -penggunaan	Kriteria: Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab Bentuk non-test:	Metode Latihan Keterampilan (Persentasi Kelompok) Daring: (1 x (3x50"))	http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949 https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim	Kemampuan mahasiswa dalam mendiskusikan hambatan dalam menoperasikan E-marketing dan apa saja aktivitasnya, dengan indicator:	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%

	Tarik Merek.	media sosial dalam -Membangun Enam Atribut Merek yang berorientasi pada manusi	Ringkasan hasil rujukan			- frekuensi mahasiswa dalam menyampaikan pendapat saat berdiskusi. - Ketepatan pendapat yang disampaikan dengan konsep materi ajar (tinjauan pustaka) - Ketepatan dalam menjawab kasus dalam ujian	
10-11	Mengetahui, Memahami, dapat menjelaskan tentang konsep <i>Content Strategy</i> , Mampu memahami dan menjelaskan tentang analitik pelaporan	-definisi dan konsep Content Strategy - <i>Impact</i> -nya terhadap bisnis -definisi analitik laporan -merumuskan pelaporan	Kriteria: Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan	Metode Latihan Keterampilan (Persentasi Kelompok) Daring: (1 x (3x50”))	http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949 https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau	Kemampuan mahasiswa dalam mendiskusikan hambatan dalam menoperasikan E-marketing dan apa saja aktivitasnya, dengan indicator: - frekuensi mahasiswa dalam menyampaikan pendapat saat berdiskusi. - Ketepatan pendapat yang disampaikan dengan konsep materi ajar (tinjauan pustaka) - Ketepatan dalam menjawab	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%

						kasus dalam ujian	
12-13	Mampu Mengetahui, Memahami, mampu menjelaskan konsep Display, Mampu memahami dan menganalisis, menerapkan, Implementasi Internet Marketing	-Definisi Display tipe-tipe belajar -Konsep Display -Bisnis melalui internet -Peluang manfaat marketing di Internet -ancaman internet marketing	Kriteria: Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan	Metode Latihan Keterampilan (Persentasi Kelompok) Daring: (1 x (3x50"))]	http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949 https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau	Kemampuan mahasiswa dalam mendiskusikan hambatan dalam menoperasikan E-marketing dan apa saja aktivitasnya, dengan indicator: - frekuensi mahasiswa dalam menyampaikan pendapat saat berdiskusi. - Ketepatan pendapat yang disampaikan dengan konsep materi ajar (tinjauan pustaka) - Ketepatan dalam menjawab kasus dalam ujian	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%
14.	Mampu Mengetahui, Memahami, mampu menjelaskan konsep Pemasaran-digital-di-era-modern	-definisi mengenai media social - jenis-jenis media social -penggunaan media sosial dalam -Membangun	Kriteria: Ketepatan, keaktifan diskusi dengan bertanya dan menjawab Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan	Metode Latihan Keterampilan (Persentasi Kelompok) Daring: (1 x (3x50"))]	http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949 https://meet.google.com/ahi-fyrb-fau	Kemampuan mahasiswa dalam mendiskusikan hambatan dalam menoperasikan E-marketing dan apa saja aktivitasnya, dengan indicator: - frekuensi mahasiswa dalam	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%

		Enam Atribut Merek yang berorientasi pada manusi				menyampaikan pendapat saat berdiskusi. - Ketepatan pendapat yang disampaikan dengan konsep materi ajar (tinjauan pustaka) - Ketepatan dalam menjawab kasus dalam ujian	
Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester							

Catatan :

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.

8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara.
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.

TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.