

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
Transformasi Digital Dalam Bisnis	MNJ-044	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					

1	Pengantar Transformasi Digital dalam Bisnis Manajemen	proses yang diterapkan organisasi untuk mengintegrasikan teknologi digital di semua bidang bisnis. Proses ini secara mendasar mengubah cara organisasi memberikan nilai kepada pelanggan.	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Tanya Jawab</p>	<p>Ceramah dan Tanya Jawab Daring: 1x (3x50 menit)</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6947</p> <p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm</p>	proses yang diterapkan organisasi untuk mengintegrasikan teknologi digital di semua bidang bisnis. Proses ini secara mendasar mengubah cara organisasi memberikan nilai kepada pelanggan.	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30% UAS: 30%</p>
---	---	---	--	---	---	---	--

2-3	Tujuan Transformasi Digital dalam Bisnis Manajemen	Karakteristik Mendeskripsikan ragam konflik digital ethics & privacy dan Memahami teori dan konsep Artificial Intelligence	Kriteria: Ketepatan dan penugasan Bentuk nontest: Ringkasan hasil rujukan	Ceramah dan Tanya Jawab Daring: 1x (3x50 menit)	http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6947 http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm	Kemampuan mahasiswa dalam strategi bisnis Perilaku Keorganisasian 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	Konsep Transformasi Digital dalam Bisnis Manajemen	Memahami metode dan konsep Technology enabled Disruptions dan mekanismenya	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 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 menoperasikan E-marketing	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%

5-6	Manfaat Transformasi Digital dalam Bisnis Manajemen (1)	Menelusuri dan mendeskripsikan Social Networks and Enterprise 2.0	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50"))]</p> <p>Tugas 1: Fenomena pemasaran jasa pada pelayanan Go food</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949#:~:text=https%3A//meet.google.com/iof%2Dnrw%2Djxm</p>	Menelusuri dan mendeskripsikan Social Networks and Enterprise 2.0	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30%</p> <p>UAS: 30%</p>
-----	---	---	--	---	---	---	---

7	Penerapan Transformasi Digital dalam Bisnis Manajemen (2)	Basis data blockchain menyimpan data dalam blok yang dihubungkan bersama dalam sebuah rantai. Data bersifat konsisten secara kronologis karena Anda tidak dapat menghapus atau mengubah rantai tanpa konsensus dari jaringan.	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50"))</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim</p>	Basis data blockchain menyimpan data dalam blok yang dihubungkan bersama dalam sebuah rantai. Data bersifat konsisten secara kronologis karena Anda tidak dapat menghapus atau mengubah rantai tanpa konsensus dari jaringan.	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30% UAS: 30%</p>
Evaluasi Tengah Semester / Ujian Tengah Semester							
8-9	Memahami metode dan konsep digital trends past and future	Memahami metode dan konsep digital trends past and future	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50"))</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim</p>	-Ketepatan memahami dan mampu menjelaskan mengenai konsep ragam konflik digital ethics & privacy dan Memahami teori dan konsep Artificial Intelligence Kotler & Keller	<p>Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40%</p> <p>UTS: 30% UAS: 30%</p>

						(2019).Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall	
10	Mendeskripsikan ragam konflik digital ethics & privacy dan Memahami teori dan konsep Artificial Intelligence	Karakteristik Mendeskripsikan ragam konflik digital ethics & privacy dan Memahami teori dan konsep Artificial Intelligence	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50"))]</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim</p>	Kemampuan mahasiswa dalam strategi bisnis Perilaku Keorganisasian 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%
11	Memahami metode dan konsep Technology enabled Disruptions dan mekanismenya	Memahami metode dan konsep Technology enabled Disruptions dan mekanismenya	<p>Kriteria: Ketepatan dan penugasan</p> <p>Bentuk non-test: Ringkasan hasil rujukan</p>	<p>Metode Latihan Keterampilan (Tutorial) Daring: (1 x (3x50"))]</p>	<p>http://elearning.almata.ac.id/course/view.php?id=6949</p> <p>https://meet.google.com/vfr-fbwc-pim</p>	Memahami metode dan konsep Technology enabled Disruptions dan mekanismenya	Kehadiran, Tugas, Partisipasi Kelas: 40% UTS: 30% UAS: 30%

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 Pemasarandigital 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 manusia				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.