



MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

**Kampus
Mandek**
INDONESIA JAYA



RPS

20

24

*PEMBELAJARAN DARING
KOLABORATIF 2024*

Mata Kuliah Digital Marketing

**Program S1 Manajemen
Program S1 Pemasaran Retail**

*Universitas Muhammadiyah Metro
Universitas Muhammadiyah Sukabumi*

| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO (UMM) UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUKABUMI (UMMI) FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MANAJEMEN | | | | | Kode Dokumen |
|--|---|-----------|------------------------|--|----------------|
| RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER | | | | | |
| MATA KULIAH (MK) | KODE MK | Rumpun MK | BOBOT (sks) | SEMESTER | Tgl Penyusunan |
| Digital Marketing | 19364 (UMM) 23302014 (UMMI) | MANAJEMEN | 3 | GENAP | 19 Juni 2024 |
| | Pengembang RPS Jati Imantoro, SE.,MESy (UMM) Dr.M. Andiana Rosid, SE., M.M (UMM) Muh. Abdul Aziz.,S.E.,M.M (UMMI) | | Koordinator RMK | Ketua PRODI Nani Septiana S.E., M.M (UMM) Ade Sudarma, S.E.,MM (UMMI) | |
| Capaian Pembelajaran (CP) | CPL-PRODI yang dibebankan pada MK | | | | |
| | Memiliki pengetahuan sesuai dengan capaian pembelajaran program studi S1 Manajemen Konsentrasi Pemasaran | | | | |
| | Memiliki kecakapan hidup sesuai capaian pembelajaran program studi S1 Manajemen | | | | |
| | Mampu menyusun ide bisnis berbasis Pemasaran Digital | | | | |
| | Mampu melaksanakan keunggulan pemasaran berbasis teknologi Informasi, dengan menggunakan website dan sosial media | | | | |
| | Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) | | | | |
| | Digital Marketing Fundamental dan Cakupannya | | | | |
| | Digital Marketing Strategy dan Analisisnya | | | | |
| | Implementasi Digital Marketing baik dalam e-commerce dan Sosial Media Marketing | | | | |
| | Resert Produk dan Suplier dalam Bisnis E-Commerce | | | | |
| Optimasi digital marketing pada beberapa platform e-commerce | | | | | |
| Deskripsi Singkat MK | Mata kuliah ini mempelajari tentang konsep pemasaran digital (Bisnis Online) Pengenalan Website, Konsep Search Engine Optimization, pemasaran online dan riset Produk dan pasar. | | | | |
| Bahan Kajian: Materi Pembelajaran | Dalam mata kuliha digital marketing ini selama satu semester akan membahas dan melaksanakan pembelajaran praktik pada beberapa materi sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. Digital Lancape in the World 2. Digital Marketing dan Ekosistemnya 3. Digital Marketing Fundamental 4. Conten Creator Pengaruhnya dalam Pemasaran Digital 5. Website dan Search Engine Optimation | | | | |

| | 6. Sosial Media Marketing 7. Copywriting (Seni Menulis Iklan) Pengaruhnya dalam Pemasaran Digital 8. Iklan Berbayar 9. Praktik Instagram Marketing Organic (Sistem Projec Kelompok) | | | | | | | |
|--------------------------|--|--|--|--|---|---|---------------------|--|
| Pustaka | Utama : | | | | | | | |
| | 1. Milani, Fredrik. 2019. Digital business analysis. Springer Nature Switzerland. E-book (ISBN 978-3-030-05719-0) 2. Diamond, Stephanie. 2019. Digital Marketing All in one. New Jersey: John Wiley& sons, Inc e-book (ISBN 978-1-119-56025-8) 3. Chaffey, Dave. 2015. Digital business and E-commerce management. Pearson Education Limited e-book (ISBN 978-0-273-78657-3) 4. Marketing 4.0 : moving from traditional to digital / Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan | | | | | | | |
| | Pendukung : | | | | | | | |
| | 1. Patrikha, Finisica. Modul Praktikum Pemasaran Digital. Not published. | | | | | | | |
| Dosen Pengampu | | | | | | | | |
| 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 (%) | Referensi |
| | | Indikator | Kriteria & Bentuk | Luring (offline) | Daring (online) | | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) | |
| 1 | Kontrak Perkuliahan dan RPS | <ul style="list-style-type: none"> Perkenalan dan Sapaan 2 dosen Penjelasan RPS dan Kontrak Perkuliahan | | | e-learning (Spada) | Video Sapaan Dosen dari Pengusul dan Mitra | 5 | |
| 2 | Digital Marketing Lanscape (Dosen Pengusul) | Mahasiswa mampu memahami: <ul style="list-style-type: none"> Perkembangan Digital Lanscape, Internet perkembangannya didunia dan Di Indonesia abad 21 Pengguna Internet dunia dan prilakuknya | Kriteria: Ketepatan dan pemahaman Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online | Fully Daring | <ul style="list-style-type: none"> e-learning Video materi pembelajaran: Presentasi dosen dan Video ilustrasi Alamat LMS nya | 1. Video sapaan 2. Video presentasi dan ilustrasi Case based Learning (CBL): <ul style="list-style-type: none"> Digital Lanscape Digital marketing dan bisnis digitai | 5 | <ul style="list-style-type: none"> Chaffey, Dave. 2015. Digital business and E-commerce management Marketing 4.0: moving from traditional to digital |

| | | | | | | | | |
|---|---|--|---|--|---|---|----|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Pengguna Internet Indonesia dan Prilakunya. | | | | | | |
| 3 | Digital Marketing Fundamenal (Dosen Mitra) | <p>Mahasiswa mampu memahami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dasar-dasar Digital Marketing • Fungsi Digital Marketing • Mengidentifikasi chanel –chanel digital marketing yang efektif • Memilih Chanel Digital Marketing sesuai dengan Bisnis yang dilakukan. • Istilah-istilah statistic dalam Digital Marketing. | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online</p> <p>Bentuk Test: Kelompok Mahasiswa (Team-based Learning - TBL) membuat Video Presentasi mengenai Digital Marketing Fundamenal</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen dan Video ilustrasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Video sapaan (capaian) 2. Video presentasi materi PPT 3. Video ilustrasi/ Animasi (CBL): <ul style="list-style-type: none"> • Optimalisasi layanan bisnis digital • Alternatif untuk memperoleh sistem bisnis digital • Mengelola konten web | 5 | <ul style="list-style-type: none"> • Marketing 4.0 (2019): Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan • Chaffey, Dave. 2015. Digital business and E-commerce management. Pearson Education Limited e-book (ISBN 978-0-273-78657-3) |
| 4 | Strategi Pemasaran Digital dan Riset Pasar (Dosen Pengusul) | <p>Mahasiswa mampu memahami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Klasifikasi Riset Pasar dan Pemasaran • Faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran. • Analisis lingkungan dan SWOT sederhana • Alternatif Strategi/Taktik Digital Marketing • Praktik Tool di Internet Untuk Riset Pasar | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online</p> <p>Bentuk Test - Case-based Learning: Mahasiswa membuat analisis lingkungan dan strategi pemasaran digital pada salah satu perusahaan atau UMKM,</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen dan Video ilustrasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Video sapaan 2. Video presentasi dan ilustrasi (CBL): <ul style="list-style-type: none"> • Analisis dan Penilaian lingkungan intrenal dan eksternal IFAS dan EFAS • Analisis SWOT dan alternatif strateginya <p>Case Study (optional):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Failed digital business strategies • Selection of digital business strategy • Focus on Aligning and impacting | 10 | <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Pemasaran (2011): Philip Kotler & Kevin Lane Keller • Marketing 4.0 (2019): Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan • Manajemen Strategik (2016): Suwarsono Muhammad |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|--|--|---|---|
| | | | dalam bentuk video ilustrasi | | | digital business strategies | | |
| 5 | Digital Marketing Strategi Conten (Dosen Mitra) | <p>Mahasiswa mampu memahami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conten Creation dan Pengaruhnya dalam Pemasaran Digital • Target Audience Dan Nice & Topik Konten • Mencari Ide dan Inspirasi Konten • Mengenal beberapa Skill Tool Conten Marketing | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen dan Video ilustrasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Video sapaan 2. Video presentasi dan ilustrasi/tutorial/CBL: <ul style="list-style-type: none"> • Analisis situasi dan menciptakan ide konten marketing • Menciptakan viral atau membuat viral • Memperkenalkan Skill Tool Conten Marketing | 5 | <ul style="list-style-type: none"> • Marketing 4.0 (2019): Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan • Milani, Fredrik. 2019. Digital business analysis. • Marketing 4.0 (2019): Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan |
| 6 | Website dan Search Engine Optimation (Dosen Pengusul) | <p>Mahasiswa mampu memahami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengenal website, Domain, dan Hosting • Manfaat Website sebagai Media Pemasaran digital • Hubungan Website dengan Search Engine Optimation (SEO) • Cara website bisnis agar masuk kriteria SEO yang baik. | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen Video ilustrasi dan tutorial | <ol style="list-style-type: none"> 1. Video sapaan 2. Video presentasi dan ilustrasi/tutorial/CBL: <ul style="list-style-type: none"> • Alur pembuatan Website, Domain, dan Hosting • Selection of digital business strategy • Trik website agar SEO | 5 | <ul style="list-style-type: none"> • Milani, Fredrik. 2019. Digital business analysis. • Marketing 4.0 (2019): Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan |
| 7 | Social Media Marketing (Dosen Mitra) | <ul style="list-style-type: none"> • Sosial Media dan Sosial Media Marketing • Kemampuan Social Media dalam Pemasaran | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen Video ilustrasi dan tutorial | <ol style="list-style-type: none"> 1. Video sapaan 2. Video presentasi dan ilustrasi / CBL mengenai: Influencers Facebook add, and | 5 | <ul style="list-style-type: none"> • Chaffey, Dave. 2015. Digital business and E-commerce management |

| | | | | | | | | |
|---|--|---|--|--|--|--|----|---|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Mengenal Chanel dan cara kerja Social Media dalam optimasi Marketing Digital • Penjadwalan Conten social media. | Keaktifan diskusi Online | | | other social media marketing | | |
| 8 | Copywriting (Dosen Mitra) | <p>Mahasiswa mampu memahami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Copywriting: Seni membuat promosi dalam bentuk Tulisan • Anatomi Copywriting • Headline yang Menjual • Teknik Menulis Copywriting Yang Menjual | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online.</p> <p>Bentuk Test - Case-based Learning: Mahasiswa mengidentifikasi 3 copywriting yang sukses di sosial media</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen Video ilustrasi dan tutorial | <ol style="list-style-type: none"> 1. Video sapaan 2. Video presentasi atau tutorial/ ilustrasi: Copywriting, Anatomi Copywriting, Headline yang Menjual, Teknik Menulis Copywriting | 5 | <ul style="list-style-type: none"> • Chaffey, Dave. 2015. Digital business and E-commerce management |
| 9 | Model bisnis online dan Iklan Berbayar (Paid Ads) dalam Pemasaran Digital (Dosen Pengusul) | <p>Mahasiswa mampu memahami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Model bisnis online (retail, produsen, reseller) • Tujuan Iklan berbayar (paid traffic) dalam mengembangkan bisnis (digital Marketing) • Tahapan dalam penggunaan Iklan berbayar | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen Video ilustrasi dan tutorial | <ol style="list-style-type: none"> 1. Video sapaan 2. Video presentasi dan tutorial tentang model bisnis online dan pemanfaatan Paid Ads pada salah satu marketplace atau social media <ul style="list-style-type: none"> • Shooting dengan praktisi proses optimasi Shoopee/ Tokopedia dengan Paid Ads | 10 | |

| | | | | | | | | |
|-----------|--|--|---|--|--|---|-----------|--|
| | | | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Shooting dengan praktisi model bisnis retail menggunakan Facebook Ads | | |
| 10 | Ujian Tengah Semester | Online | Google From Test: Pilahan ganda/esai/penilaian Project-based Learning | | | | | |
| 11 | Praktik Project Instagram Marketing Organic 1 (Dosen Pengusul) | <p>Mahasiswa mampu memahami:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cara kerja Platform Instagram marketing • Mengapa Instagram Marketing (selling dan Branding) • Produk dan layanan jasa Instagram for business • Praktik Membuat Akun Instagram Profesional UMKM (project based learning) • Mengenal Fitur-Fitur Instagram • Instagram dan keterkaitan dengan Konten • Mengenal Jenis-Jenis Postingan Instagram | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online</p> <p>Bentuk Test: Tugas kelompok sesuai dengan project berjalan</p> <p>Tips: Membuatkan akun istagram organic untuk UMKM (project pengabdian dosen & mahasiswa)</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen Video ilustrasi (Mas Aziz) dan tutorial (Jati) | Video presentasi dan tutorial tentang pemanfaatan Instagram Organic | 10 | |
| 12 | Praktik Projek Instagram Marketing Organik 2 (Dosen Pengusul) | <p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praktik Membuat Postingan IG Feed : Postingan Standar • Praktik Membuat IG Feed Postingan Corosel • Membuat IG Stories | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen Video ilustrasi dan tutorial | <p>Video presentasi dan tutorial tentang pemanfaatan Instagram Organic</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Reviewing content types</i> • <i>Understanding customer's intent</i> | 10 | |

| | | | | | | | | |
|-----------|--|--|--|--|--|---|-----------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Membuat IG Stories Heilight • Praktik Membuat Reels • Praktik Postingan IG: 1 post feed standar, 1 postingan corosel, 1 reels dalam waktu 1 minggu (untuk evaluasi insight post minggu berikutnya) | Bentuk Test: Tugas kelompok sesuai dengan project berjalan | | | <ul style="list-style-type: none"> • <i>Creating content framework using processes and systems</i> | | |
| 13 | Praktik Projek Instagram marketing Organik 3 | Mahasiswa mampu: <ul style="list-style-type: none"> • Memahami Algortima Instagram • Membaca Account Insight Instagram • Membaca insight Feed, Corosel, Reel dan Story IG • Mengenal Penjadwalan Postingan • Praktik Mengisi Kalener Postingan IG dan cara mengisi hasil Insight postingan • Praktik Postingan IG: 1 post feed standar, 1 postingan corosel, 1 reels dalam 3 hari Bertutut (dalam 1 minggu) | Kriteria: Ketepatan dan pemahaman Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online Bentuk Test: Tugas kelompok sesuai dengan project berjalan | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen Video ilustrasi dan tutorial | Video presentasi dan tutorial tentang pemanfaatan Instagram Organic <ul style="list-style-type: none"> • Reviewing the business model • Reasoning the business strategy • Reviewing on going improvement | 10 | |
| 14 | Praktik Projek Instagram marketing Organik 4 | Mahasiswa mampu: <ul style="list-style-type: none"> • Mendefinisikan Branding Yang tepat • Membuat Caption dan Trik Copywriting | Kriteria: Ketepatan dan pemahaman Bentuk non Test: | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: Presentasi dosen | Video presentasi dan tutorial tentang pemanfaatan Instagram Organic | 10 | |

| | | | | | | | | |
|-----------|--|--|---|--|--|---|-----------|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> • Optimasi Hastag IG • Optimasi Paid ads (Instagram Ads) | <p>Absensi Keaktifan diskusi Online</p> <p>Bentuk Test: Tugas kelompok sesuai dengan project berjalan</p> <p>Reviewing on going improvement</p> | | Video ilustrasi dan tutorial | | | |
| 15 | Praktik Projek Instagram marketing Organik 5 | <p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Praktik Membuat 6 conten yang akan diposting dalam 1 minggu dengan ketentuan 1 hari 1 postingan dengan waktu di jam yang sama • silahkan isi penjadwalan conten | <p>Kriteria: Ketepatan dan pemahaman</p> <p>Bentuk non Test: Absensi Keaktifan diskusi Online</p> <p>Bentuk Test: Tugas kelompok sesuai dengan project berjalan</p> <p>Reviewing on going improvement</p> | | <ul style="list-style-type: none"> • e-learning • Video materi pembelajaran: • Presentasi dosen • Video ilustrasi dan tutorial | Video presentasi dan tutorial tentang pemanfaatan Pemanfaatan Instagram Organic | 10 | |
| 16 | Ujian Akhir Semester | <p>Kumpulkan hasil Ujian Projek kelompok Social Media Instagram Marketing untuk UAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alamat URL Instagram yang digunakan dalam praktik projek • Alamat URL gogle drive kalender postingan yang di sudah di Kelola. | Penilaian hasil Team-based Project yang sudah dilakukan oleh kelompok mahasiswa | | Daring | Penilaian hasil akhir Project Instagram Organik | | |

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, Case based Learning Project Based Learning, dan metode lainnya yang 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%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.