	Universitas Negeri Surabaya S1 Sains Data	Kode Dokumen

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
Bisnis Digital	4920202070		2		2 September 2026

OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK	Koordinator Program Studi
		DANA AZIZAH RAHMAT	YULIANI PUJI ASTUTI

Deskripsi Singkat MK

Mata kuliah Pengantar Bisnis Digital bertujuan membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu organisasi melakukan transformasi menuju bisnis digital. Mata kuliah ini mengidentifikasi dan mengkaji keputusan manajemen dalam bisnis digital melalui pendekatan integratif yang mencakup sistem informasi, strategi, pemasaran, keuangan, manajemen rantai pasok, manajemen operasi, dan manajemen sumber daya manusia. Pembelajaran menekankan pengembangan kompetensi digital, kewirausahaan dan penciptaan pekerjaan layak, pemberdayaan masyarakat serta UMKM, penerapan konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, dan penguatan kemitraan dalam ekosistem digital. Mata kuliah ini mendukung pencapaian SDG 1 (No Poverty), SDG 4 (Quality Education), SDG 8 (Decent Work and Economic Growth), SDG 12 (Responsible Consumption and Production), dan SDG 17 (Partnerships for the Goals).

Capaian Pembelajaran (CP)

CPL-PRODI yang dibebankan pada MK

CPL-3	Mengembangkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan kreatif dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan
CPL-21	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang sains data, berdasarkan hasil analisis informasi dan data

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)

CPMK-1	Mahasiswa mampu menganalisis konsep, ekosistem, model, strategi, dan fungsi bisnis digital dengan memanfaatkan data untuk mendukung pengambilan keputusan yang etis dan bertanggung jawab.
CPMK-2	Mahasiswa mampu merancang solusi atau model bisnis digital berbasis data yang inovatif, layak, berkelanjutan, dan kolaboratif serta berkontribusi terhadap pencapaian SDG 1, SDG 4, SDG 8, SDG 12, dan SDG 17.

Matrik CPL - CPMK

CPMK	CPL-3	CPL-21
CPMK-1	✔	
CPMK-2		✔

Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)

CPMK	Minggu Ke															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
CPMK-1	✔	✔	✔	✔	✔			✔								
CPMK-2						✔	✔		✔	✔	✔	✔	✔	✔	✔	✔

Pustaka	Utama :	
	1. Dave Chaffey. 2015. Digital Business and E-Commerce Management. New York: Pearson 2. Suryana & Yoga Perdana. 2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0. Salemba 2. Suryana & Yoga Perdana. 2020. Bisnis Digital: Cara Mudah Bisnis di Era Industri 4.0. Salemba	
	Pendukung :	
	1. Rahman, M. F. W., Peerzadah, S. A., Durman, T. Y. & Widianto, S. (2025). Game on for innovation: a cross-country study on how eSports drive knowledge sharing and innovative behavior. Global Knowledge, Memory and Communication, Vol. aheadof-print No. ahead-of-print, 1-20 2. Kistyanto, A., Rahman, M. F. W., Budiono, B., Indawati, N., Ramadhani, B. Y. A., & Nihaya, I. U. (2025). Digital social capital on career success in digital natives and digital immigrant employees. Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 103(2), 761-772. 3. Kautsar, A., Rahman, M.F.W., Kharisma, F. & Fazlurrahman, H. (2024). Pengantar Bisnis Digital. Surabaya: Unesa University Press. ISBN: 978-602-4497-08-8. 4. Wijayati, D. T., Rahman, Z., Fahrullah, A., Rahman, M. F. W., Arifah, I. D. C., & Kautsar, A. (2022). A study of artificial intelligence on employee performance and work engagement: the moderating role of change leadership. International Journal of Manpower, 43(2), 486-512.	

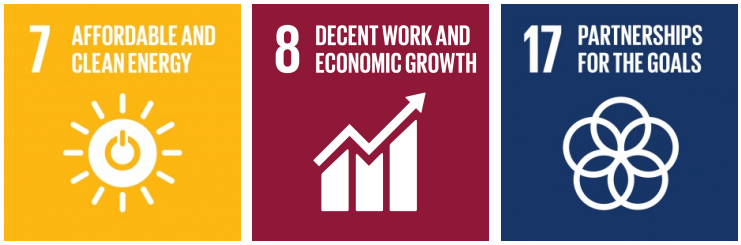
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (*offline*)	*Daring (online*)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik bisnis digital dan e-commerce	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	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			2%
2	Mahasiswa mampu menelaah markertplace analysis untuk e-commerce	1. Ketepatan menelaah tentang ecommerce, marketplace, dan online shop 2. Ketepatan membedakan seputar ecommerce, marketplace, dan online shop 3. Ketepatan menjelaskan contoh dan studi kasus mengenai e-commerce, marketplace, dan online shop	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			2%
3	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik infrastruktur digital	1. Ketepatan menelaah pengertian infrastruktur digital 2. Ketepatan menelaah elemen infrastruktur bisnis digital 3. Ketepatan menelaah fungsi layanan web dan cloud computing	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			2%

4	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik strategi bisnis digital	1. Ketepatan menelaah pengertian dan tahapan strategi bisnis digital 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	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			2%
5	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik etika bisnis digital	1. Ketepatan menelaah prinsip-prinsip etika bisnis digital 2. Ketepatan menelaah bentuk-bentuk dari digital business social responsibility 3. Ketepatan menjelaskan contoh dan studi kasus prinsip-prinsip etika bisnis digital dan digital business social responsibility	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			2%
6	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik change management (manajemen perubahan) dalam bisnis digital	1. Ketepatan menelaah tantangan transformasi bisnis digital 2. Ketepatan menelaah berbagai jenis perubahan dalam bisnis 3. Ketepatan menelaah dalam merencanakan perubahan 4. Kesesuaian persyaratan sumber daya manusia dan mereview struktur organisasi 5. Penguasaan terhadap pendekatan untuk mengelola perubahan dengan fokus pada aspek manajemen pengetahuan	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			2%
7	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik E-Environment (lingkungan elektronik) dalam bisnis digital	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 dampak teknologi dan penilaian teknologi	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			2%

8	Dapat Mengerjakan Ujian Tengah Semester	Mampu Mengerjakan Soal Ujian Tengah Semester	Mampu Mengerjakan Soal Ujian Tengah Semester	Mengerjakan Ujian Tengah Semeste			10%
9	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik supply chain business digital	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	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			8%
10	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik e-procurement supply chain business digital	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	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			10%
11	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik pemasaran dan customer relationship management (CRM) bisnis digital	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	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			10%
12	Mahasiswa mampu menelaah dengan baik pemasaran dan customer relationship management bisnis digital	1. Ketepatan menelaah customer engagement strategy 2. Ketepatan menilai efektivitas komunikasi pemasaran 3. Ketepatan fokus pada media sosial dan strategi CRM sosial 4. Ketepatan mengidentifikasi solusi teknologi untuk CRM	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			10%
13	Mahasiswa mampu menelaah aspek keuangan bisnis digital	1. Ketepatan menelaah aspek keuangan bisnis digital 2. Ketepatan menelaah proses pengelolaan hingga pelaporan keuangan bisnis digital	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			10%

14	Mahasiswa mampu melakukan analisis desain bisnis digital	1. Ketepatan menelaah desain dengan bisnis digital 2. Ketepatan menelaah process modelling dan data modelling 3. Ketepatan menelaah user-centred design dan manajemen pengalaman pelanggan 4. Ketepatan menelaah security design	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			10%
15	Mahasiswa mampu membuat rencana bisnis digital	1. Ketepatan memahami business model canvas dalam bisnis digital 2. Ketepatan menyusun rencana bisnis digital berdasar business model canvas	Ketepatan, kesesuaian dan penguasaan	Ceramah dan presentasi			10%
16	Dapat Mengerjakan Ujian Akhir Semester	Mampu Mengerjakan Soal Ujian Akhir Semester	Mampu Mengerjakan Soal Ujian Akhir Semester	Mengerjakan Ujian Akhir Semester			10%

SDGS (Sustainable Development Goals)



Catatan

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan Program Studi (CPL-Prodi)** adalah rumusan kemampuan yang harus dimiliki oleh lulusan program studi yang mencakup sikap, penguasaan pengetahuan, keterampilan umum, dan keterampilan khusus sesuai dengan jenjang kualifikasi, yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL-Prodi yang dibebankan pada Mata Kuliah** adalah bagian dari CPL-Prodi yang dipilih dan relevan untuk dikembangkan melalui suatu mata kuliah, sebagai dasar perumusan capaian pembelajaran mata kuliah.
3. **Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dirumuskan secara spesifik dan diturunkan dari CPL-Prodi yang dibebankan pada mata kuliah, serta menggambarkan kompetensi yang harus dicapai mahasiswa setelah menyelesaikan mata kuliah.
4. **Sub-CPMK** adalah kemampuan akhir yang direncanakan pada setiap tahap pembelajaran, sebagai penjabaran lebih rinci dari CPMK, bersifat terukur dan dapat diamati sesuai dengan materi pembelajaran.
5. **Indikator Penilaian** adalah pernyataan spesifik dan terukur yang digunakan untuk menilai ketercapaian Sub-CPMK, baik dari proses maupun hasil belajar mahasiswa, yang didukung dengan bukti penilaian.
6. **Kriteria Penilaian** adalah tolok ukur yang digunakan untuk menentukan tingkat ketercapaian hasil belajar mahasiswa berdasarkan indikator penilaian, guna menjamin penilaian yang objektif, konsisten, dan adil. Kriteria penilaian dapat bersifat kuantitatif dan/atau kualitatif.
7. **Bentuk Penilaian** meliputi penilaian tes dan non-tes sesuai dengan karakteristik capaian pembelajaran.
8. **Bentuk Pembelajaran** meliputi kuliah, responsi, tutorial, seminar atau bentuk lain yang setara, praktikum, praktik studio, praktik bengkel, praktik lapangan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
9. **Metode Pembelajaran** merupakan cara penyampaian pembelajaran yang digunakan untuk mencapai capaian pembelajaran, antara lain Small Group Discussion, Project Based Learning, Case Based Learning, Collaborative Learning, Discovery Learning, Self-Directed Learning, serta metode lain yang relevan.
10. **Materi Pembelajaran** adalah bahan kajian yang disusun secara sistematis dalam bentuk pokok dan sub-pokok bahasan untuk mendukung pencapaian Sub-CPMK.
11. **Bobot Penilaian** adalah persentase kontribusi setiap komponen penilaian terhadap nilai akhir mata kuliah, yang ditetapkan secara proporsional sesuai tingkat kompleksitas dan ketercapaian Sub-CPMK, dengan total keseluruhan sebesar 100%.
12. TM = Tatap Muka, PT = Penugasan Terstruktur, BM = Belajar Mandiri.