



**Universitas Negeri Surabaya
Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Program Studi S1 Bisnis Digital**

**Kode
Dokumen**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)	SEMESTER	Tgl Penyusunan
ANALISIS & IMPLEMENTASI BISNIS	6120903068	Mata Kuliah Pilihan Program Studi	T=4 P=0 ECTS=6.36	6	1 Januari 2024
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK	Koordinator Program Studi	
	Hujjatullah Fazlurrahman, S.E., MBA.		Hafid Kholidi Hadi, S.M., M.SM	Hujjatullah Fazlurrahman, S.E., MBA.	

Model Pembelajaran	Project Based Learning
---------------------------	-------------------------------

Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK
----------------------------------	--

CPL-1	Mampu menunjukkan nilai-nilai agama, kebangsaan dan budaya nasional, serta etika akademik dalam melaksanakan tugasnya
CPL-6	Mampu beradaptasi terhadap konteks permasalahan bisnis digital yang dihadapi dengan baik
CPL-7	Mampu mengembangkan ide bisnis digital secara kreatif dan inovatif
CPL-10	Mampu mengimplementasikan teori bidang bisnis digital dalam mengelola organisasi secara etis dan efektif
CPL-11	Mampu mengaplikasikan teknologi informasi dan komunikasi dalam pengelolaan bisnis dengan tepat

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
--	--

CPMK - 1	Mahasiswa mampu menganalisis model bisnis digital dan memahami dampaknya terhadap nilai bisnis dan keunggulan kompetitif dalam kegiatan program MBKM
CPMK - 2	Mahasiswa mampu merancang strategi dan pembimbingan bisnis digital yang inovatif berdasarkan analisis pasar, kebutuhan, dan potensi digital dalam kegiatan program MBKM
CPMK - 3	Mahasiswa mampu mengimplementasikan strategi bisnis digital di lokasi KKN dan memberikan solusi praktis yang dapat diadaptasi oleh komunitas lokal
CPMK - 4	Mahasiswa mampu mengevaluasi efektivitas strategi bisnis digital yang diimplementasikan dalam kegiatan program MBKM

Matrik CPL - CPMK	
--------------------------	--

	CPMK	CPL-1	CPL-6	CPL-7	CPL-10	CPL-11											
	CPMK-1																
	CPMK-2																
	CPMK-3																
	CPMK-4																

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

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

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah "Analisis dan Implementasi Bisnis" pada program studi Bisnis Digital bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada mahasiswa dalam menganalisis serta menerapkan strategi bisnis digital di dunia nyata. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) serta program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) maka fokus dari mata kuliah ini adalah memberikan pemahaman kepada mahasiswa mengenai konsep-konsep dasar bisnis digital, analisis model bisnis dalam konteks program KKN MBKM, serta penerapan dan evaluasi strategi bisnis di lapangan. Mahasiswa akan diawali dengan mempelajari konsep dasar bisnis digital dan melakukan analisis terhadap model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan di lokasi kegiatan. Selanjutnya, mereka akan terlibat dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) MKBM yang memberi kesempatan untuk mengimplementasikan strategi bisnis digital yang telah disusun, serta melakukan pemantauan dan evaluasi secara rutin guna memastikan strategi tersebut efektif dan memberikan dampak positif.						
Pustaka	Utama :	<ol style="list-style-type: none"> 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</i>. Wiley 2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice</i>. Pearson 3. Wibowo, Agus. (2021). <i>Analisis Bisnis untuk Manajer</i>. Yayasan Prima Agus Teknik. 					
	Pendukung :						
Dosen Pengampu							
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuan Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa memahami Konsep Dasar Bisnis Digital	<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Memahami tentang definisi dan karakteristik pemasaran digital. 2.2. Memahami strategi dan komunikasi dalam pemasaran digital 	Kriteria: Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Luring 3x50		Materi: Konsep Dasar Bisnis Digital Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</i> . Wiley	5%
2		<ol style="list-style-type: none"> 1.1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis digital dalam berbagai konteks seperti teknologi, pasar, dan kompetisi. 2.2. Memahami teknik analisis bisnis menggunakan Business Model Canvas atau SWOT, untuk mengevaluasi model bisnis digital yang ada 	Kriteria: Kriteria: Rubrik holistik	Luring 3x50		Materi: melakukan analisis terhadap model bisnis digital dalam konteks kegiatan program KKN MBKM Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers</i> . Wiley	5%

3		<p>1.1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis digital dalam berbagai konteks seperti teknologi, pasar, dan kompetisi.</p> <p>2.2. Memahami teknik analisis bisnis menggunakan Business Model Canvas atau SWOT, untuk mengevaluasi model bisnis digital yang ada</p>	<p>Kriteria: Kriteria: Rubrik holistik</p>	Luring 3x50		<p>Materi: melakukan analisis terhadap model bisnis digital dalam konteks kegiatan program KKN MBKM</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	5%
4	Kuliah Kerja Nyata (KKN) - MBKM	Mampu untuk berinteraksi dengan pelaku usaha atau unit usaha, untuk menggali informasi yang diperlukan tentang kondisi bisnis saat ini	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: berinteraksi dengan pelaku usaha</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	5%
5		<p>1.Mengidentifikasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dari model bisnis digital yang ada di lapangan, serta peluang (opportunities) dan ancaman (threats) berdasarkan data yang telah dikumpulkan.</p> <p>2.Menyusun laporan hasil analisis SWOT yang menggambarkan kondisi model bisnis digital secara menyeluruh</p>	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari model bisnis digital</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	10%
6		<p>1.Mengidentifikasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dari model bisnis digital yang ada di lapangan, serta peluang (opportunities) dan ancaman (threats) berdasarkan data yang telah dikumpulkan.</p> <p>2.Menyusun laporan hasil analisis SWOT yang menggambarkan kondisi model bisnis digital secara menyeluruh</p>	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari model bisnis digital</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	5%

7		<p>1.Mengidentifikasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dari model bisnis digital yang ada di lapangan, serta peluang (opportunities) dan ancaman (threats) berdasarkan data yang telah dikumpulkan.</p> <p>2.Menyusun laporan hasil analisis SWOT yang menggambarkan kondisi model bisnis digital secara menyeluruh</p>	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	Luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari model bisnis digital</p> <p>Pustaka: 1. <i>Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley</i></p>	5%
8	Monitoring dan Evaluasi Awal	Mahasiswa mampu menjelaskan laporan rencana kegiatan (LRK) yang sudah final dan memaparkan bagaimana hasil analisis bisnis terhadap salah satu unit usaha (BUMDES, UMKM Desa, dll)	<p>Kriteria: 1.Kriteria: 1.Penilaian dokumen LRK 2.Penilaian seminar</p> <p>2.Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	luring 3x50		<p>Materi: menjelaskan laporan rencana kegiatan</p> <p>Pustaka: 2. <i>Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice. Pearson</i></p>	15%
9	Kuliah Kerja Nyata (KKN) - MBKM	Mahasiswa mampu menyusun rekomendasi perbaikan atau pengembangan model bisnis digital yang sesuai dengan hasil analisis dan konteks lokal	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: menyusun rekomendasi perbaikan atau pengembangan model bisnis</p> <p>Pustaka: 1. <i>Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley</i></p>	5%
10	Kuliah Kerja Nyata (KKN) - MBKM	<p>1.Melaksanakan langkah-langkah yang telah direncanakan, termasuk pengaplikasian teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, atau operasional lainnya yang relevan.</p> <p>2.Melakukan monitoring terhadap implementasi strategi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan</p>	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: melaksanakan langkah-langkah yang telah direncanakan</p> <p>Pustaka: 1. <i>Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley</i></p>	5%

11	Kuliah Kerja Nyata (KKN) - MBKM	<ol style="list-style-type: none"> Melaksanakan langkah-langkah yang telah direncanakan, termasuk pengaplikasian teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, atau operasional lainnya yang relevan. Melakukan monitoring terhadap implementasi strategi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan 	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: melaksanakan langkah-langkah yang telah direncanakan</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	5%
12	Kuliah Kerja Nyata (KKN) - MBKM	<ol style="list-style-type: none"> Melaksanakan langkah-langkah yang telah direncanakan, termasuk pengaplikasian teknologi digital dalam aktivitas pemasaran, atau operasional lainnya yang relevan. Melakukan monitoring terhadap implementasi strategi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan 	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: melaksanakan langkah-langkah yang telah direncanakan</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	5%
13	Kuliah Kerja Nyata (KKN) - MBKM	<ol style="list-style-type: none"> Mengumpulkan data dan umpan balik untuk mengevaluasi efektivitas strategi bisnis digital yang telah diimplementasikan. Melakukan analisis mendalam untuk mengevaluasi dampak dari strategi bisnis digital yang diimplementasikan terhadap kinerja unit usaha, diantaranya peningkatan pendapatan, maupun dari aspek kepuasan pelanggan Memberikan rekomendasi perbaikan atau pengembangan strategi bisnis digital berdasarkan hasil evaluasi 	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: mengumpulkan data dan umpan balik untuk evaluasi efektivitas strategi bisnis digital</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	5%

14	Kuliah Kerja Nyata (KKN) - MBKM	<ol style="list-style-type: none"> Mengumpulkan data dan umpan balik untuk mengevaluasi efektivitas strategi bisnis digital yang telah diimplementasikan. Melakukan analisis mendalam untuk mengevaluasi dampak dari strategi bisnis digital yang diimplementasikan terhadap kinerja unit usaha, diantaranya peningkatan pendapatan, maupun dari aspek kepuasan pelanggan Memberikan rekomendasi perbaikan atau pengembangan strategi bisnis digital berdasarkan hasil evaluasi 	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: mengumpulkan data dan umpan balik untuk evaluasi efektivitas strategi bisnis digital</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	5%
15	Kuliah Kerja Nyata (KKN) - MBKM	<ol style="list-style-type: none"> Mengumpulkan data dan umpan balik untuk mengevaluasi efektivitas strategi bisnis digital yang telah diimplementasikan. Melakukan analisis mendalam untuk mengevaluasi dampak dari strategi bisnis digital yang diimplementasikan terhadap kinerja unit usaha, diantaranya peningkatan pendapatan, maupun dari aspek kepuasan pelanggan Memberikan rekomendasi perbaikan atau pengembangan strategi bisnis digital berdasarkan hasil evaluasi 	<p>Kriteria: KKN – MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif</p>	luring 5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: mengumpulkan data dan umpan balik untuk evaluasi efektivitas strategi bisnis digital</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	5%
16	Monitoring dan Evaluasi Akhir	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mahasiswa menyusun laporan akhir kegiatan hasil analisis dan implementasi bisnis khususnya pada unit usaha seperti BUMDES, UMKM, dan lain-lain. 2. Mahasiswa mempresentasikan laporan akhir kegiatan analisis dan implementasi bisnis khususnya pada unit usaha seperti BUMDES, UMKM, dan lain-lain. 	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kriteria: 1. Penilaian dokumen LAK 2. Penilaian seminar 2. Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	luring 3x50		<p>Materi: menyusun laporan akhir kegiatan</p> <p>Pustaka: 1. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers.</i> Wiley</p>	20%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
----	----------	------------

1.	Aktifitas Partisipatif	80%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	20%
		100%

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-CPMK 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%.
12. TM= Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 19 Desember 2024

Koordinator Program Studi S1
Bisnis Digital



Hujjatullah Fazlurrahman, S.E.,
MBA.
NIDN 0723108603

UPM Program Studi S1 Bisnis
Digital



Muhammad Fajar Wahyudi
Rahman, S.E., M.M.
NIDN 0029109601

File PDF ini digenerate pada tanggal 21 Februari 2025 Jam 23:05 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

