



**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
E-Commerce	6120903020	Mata Kuliah Wajib Program Studi	T=0	P=0	ECTS=0	4	3 Februari 2022
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi	
	Ika Diyah Candra A. S.E, M.Com,CMA, Riska Dhenabayu, S.Kom., M.M.		Ika Diyah Candra A. S.E, M.Com,CMA			Hujjatullah Fazlurrahman, S.E., MBA.	

Model Pembelajaran	Case Study										
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK										
	CPL-2	Menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif, inklusif, belajar sepanjang hayat, dan berjiwa kewirausahaan									
	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-4	Mengembangkan diri secara berkelanjutan dan berkolaborasi.									
	CPL-5	Mampu menguasai teori bidang bisnis digital secara menyeluruh									
	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-8	Mampu mengembangkan keilmuan di bidang bisnis digital dengan tepat									
	CPL-9	Mampu mengembangkan bisnis digital berdasarkan entrepreneurial leadership secara berkelanjutan									
	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 menjelaskan konsep e-business dan e-commerce									
	CPMK - 2	Mahasiswa mampu menjelaskan fungsi dan kegunaan e-commerce									
	CPMK - 3	Mahasiswa mampu membandingkan proses bisnis dan model bisnis e-commerce									
	CPMK - 4	Mahasiswa mampu membuat strategi pemasaran digital untuk toko online di e-commerce									
	CPMK - 5	Mahasiswa membuat toko online di e-commerce marketplace									
CPMK - 6	Mahasiswa mengoperasikan kegiatan perdagangan digital (e-commerce)										
Matrik CPL - CPMK											
	CPMK	CPL-2	CPL-3	CPL-4	CPL-5	CPL-6	CPL-7	CPL-8	CPL-9	CPL-10	CPL-11
	CPMK-1	✓	✓	✓	✓						
	CPMK-2	✓	✓	✓							
	CPMK-3				✓	✓	✓				
	CPMK-4				✓	✓	✓				
	CPMK-5							✓	✓	✓	✓
	CPMK-6							✓	✓	✓	✓
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					✓	✓	✓	✓							
	CPMK-3									✓	✓					
	CPMK-4											✓	✓			
	CPMK-5													✓	✓	
	CPMK-6															✓

Deskripsi Singkat MK
Mata kuliah ini mengajarkan bagaimana melakukan bisnis online dan bagaimana mengelola masalah teknologi yang terkait dengan pembangunan situs web perdagangan elektronik. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana penerapan teknologi dapat melibatkan pemegang kartu, pedagang, penerbit, gateway pembayaran, dan pihak lain dalam transaksi elektronik. Mata kuliah ini menyajikan konsep dan keterampilan untuk penggunaan strategis e-commerce dan teknologi informasi terkait dari tiga perspektif: bisnis ke konsumen (B2C), bisnis-ke-bisnis (B2B), dan intra-organisasi dan peran e-commerce dalam mengubah struktur seluruh industri, dan bagaimana pengaruhnya terhadap proses bisnis termasuk transaksi elektronik, rantai pasokan, pengambilan keputusan dan kinerja organisasi. This course teaches how to do business online and how to manage the technology issues associated with building an e-commerce website. Students will learn how the application of technology can involve cardholders, merchants, issuers, payment gateways, and other parties in electronic transactions. This course presents concepts and skills for the strategic use of e-commerce and related information technology from three perspectives: business-to-consumer (B2C), business-to-business (B2B), and intra-organizational and the role of e-commerce in changing the entire structure industry, and how it affects business processes including electronic transactions, supply chains, decision making and organizational performance.

Pustaka

Utama :

1. Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology
2. Alan Afuah dan Christopher L Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill
3. Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson

Pendukung :

Dosen Pengampu
Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si.
Dr. Ratih Amelia, S.E., M.M.
Ika Diyah Candra Arifah, S.E., M.Com.
Hujjatullah Fazlurrahman, S.E., MBA.
Dr Muhammad Fachmi, S.E., M.M.
Nadia Nur Thahirrah, S.E., M.SM.
Syaifurrizal Wijaya Putra, S.E., M.M.
Fresha Kharisma, S.E., M.SM.

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 & Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mengemukakan definisi dan karakteristik dasar dari E-Commerce	1.1.1. Memahami konsep e-business dan e-commerce 2.1.2. Memahami fungsi dan manfaat e-commerce 3.1.3. Memahami online trading dan transaksi online	Kriteria: Rubrik Holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Teknik: Powerpoint Presentation YouTube Video Quiz Technique: Powerpoint Presentation YouTube Videos Quiz [PB: 1x(3x50")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Technique: Powerpoint Presentation YouTube Videos Quiz [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 1 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave.</i> Canada: Thomson Course Technology Materi: Bab 1 dan 2 Pustaka: 3. Dave Chaffey. (2015). <i>Digital Business and E-Commerce Management.</i> Pearson	2%

2	Mendiskusikan fungsi dan kegunaan dari e-commerce.	2.1. Memahami model e-business	Kriteria: rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pemaparan: Powerpoint YouTube Video Diskusi Case study [PB: 1x(3x50")] Present Case Study Analysis [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams: Powerpoint YouTube Video Diskusi Case study [PB: 1x(3x50")] Present Case Study Analysis [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 2 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i>	2%
3	Membandingkan proses bisnis dan model bisnis e-commerce berbasis website dan mobile app.	1.3.1. Menganalisis detail proses bisnis dan model bisnis e-commerce 2.3.2. Memahami tentang Electronic Data Interchange 3.3.3. Memahami rantai pasokan e-commerce	Kriteria: Holistic Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pemaparan: Powerpoint YouTube Video Case study [PB: 1x(3x50")] Present Case Study Analysis [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Present Case Study Analysis [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 9 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i>	2%
4	Membandingkan proses bisnis dan model bisnis e-commerce berbasis website dan mobile app.	4.1. Menganalisis perbedaan B2C dan B2B	Kriteria: Rubrik Holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pemaparan materi: Powerpoint YouTube Video Case study Analyze business model in e-commerce [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Analyze business model in e-commerce [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 1 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i> Materi: Kasus 12 Pustaka: 2. <i>Alan Afuah dan Christopher L. Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill</i>	2%
5	Menjelaskan tentang proses transaksi di e-commerce	5.1. Menjelaskan dan menganalisis tentang proses transaksi di e-commerce	Kriteria: Rubrik Holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	Pemaparan materi: Powerpoint YouTube Video Case study Studi kasus e-Bay, Amazon, Yahoo! [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Studi kasus e-Bay, Amazon, Yahoo! [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Kasus Ebay Pustaka: 2. <i>Alan Afuah dan Christopher L. Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill</i> Materi: Bab 2 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i>	2%

6	Menjelaskan transaksi e-commerce yang aman	6.1. Menjelaskan kriteria transaksi dan jenis-jenis pembayaran e-commerce yang aman	<p>Kriteria: Rubrik Holistik</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	<p>Pemaparan materi: Powerpoint Presentation YouTube Case Study [PB: 1x(3x50")]</p> <p>Group Presentation about e-commerce security [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit</p>	<p>Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")]</p> <p>Group Presentation about e-commerce security [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit</p>	<p>Materi: Bab 11</p> <p>Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i></p> <hr/> <p>Materi: Kasus 7: Hotmail</p> <p>Pustaka: 2. <i>Alan Afuah dan Christopher L Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill</i></p>	2%
7	Menjelaskan manajemen supply chain e-commerce	<p>1.7.1. Menjelaskan model supply chain e-commerce</p> <p>2.7.2. Menjelaskan upstream dan downstream supply chain B2B</p> <p>3.7.3. Menjelaskan model push & pull supply chain</p> <p>4.7.4. Menjelaskan value chain dan value network e-commerce</p>	<p>Kriteria: Rubrik Holistik</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	<p>Pemaparan materi: Powerpoint Presentation You Tube Case Study [PB:1x(3x50")]</p>	<p>Pemaparan materi: Powerpoint Presentation You Tube Case Study [PB:1x(3x50")]</p>	<p>Materi: Bab 6</p> <p>Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i></p> <hr/> <p>Materi: Kasus 4</p> <p>Pustaka: 2. <i>Alan Afuah dan Christopher L Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill</i></p>	2%

8	Ujian Tengah Semester	Ujian Tengah Semester	Kriteria: Ujian Tengah Semester Bentuk Penilaian : Tes	Ujian Tengah Semester 90 menit	Ujian Tengah Semester 90 menit	Materi: Bab 1, 9, 11 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i> . Canada: Thomson Course Technology Materi: Bab 1, 2, 6 Pustaka: 3. Dave Chaffey. (2015). <i>Digital Business and E-Commerce Management</i> . Pearson Materi: Kasus 12, 10, 7, 4 Pustaka: 2. Alan Afuah dan Christopher L Tucci. (2003). <i>Internet Business Model dan Strategy</i> . McGraw Hill	8%
9	Membuat perencanaan toko online di e-commerce marketplace (CLO-5)	1. Melakukan proses registrasi sebagai toko online di e-commerce marketplace. 2. Membuat konten dan informasi produk di toko online di e-commerce marketplace.	Kriteria: rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Pemaparan materi: PowerPoint Presentation YouTube [PB: 1x(3x50")] Plan online shop strategy in e-commerce apps or website [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Plan online shop strategy in e-commerce apps or website [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 6 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i> . Canada: Thomson Course Technology Materi: Kasus 16 Pustaka: 2. Alan Afuah dan Christopher L Tucci. (2003). <i>Internet Business Model dan Strategy</i> . McGraw Hill Materi: Bab 5 Pustaka: 3. Dave Chaffey. (2015). <i>Digital Business and E-Commerce Management</i> . Pearson	2%

10	Membuat perencanaan toko online di e-commerce marketplace (CLO-5)	<p>1. Melakukan proses registrasi sebagai toko online di e-commerce marketplace.</p> <p>2. Membuat konten dan informasi produk di toko online di e-commerce marketplace.</p>	<p>Kriteria: rubrik holistik</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	<p>Pemaparan materi: PowerPoint Presentation YouTube [PB: 1x(3x50")]</p> <p>Plan online shop design in e-commerce apps or website [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit</p>	<p>Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")]</p> <p>Plan online shop design in e-commerce apps or website [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit</p>	<p>Materi: Bab 6 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i></p> <p>Materi: Kasus 16 Pustaka: 2. <i>Alan Afuah dan Christopher L. Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill</i></p> <p>Materi: Bab 5 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i></p>	3%
11	Mahasiswa mampu merencanakan e-procurement di project toko online di e-commerce marketplace	Mengoperasikan manajemen supply chain pada toko online di e-commerce marketplace.	<p>Kriteria: rubrik holistik</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	<p>Powerpoint Youtube Video [PB: 1x(3x50")]</p> <p>Menyusun rancangan e-procurement di e-commerce [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit</p>	<p>Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")]</p> <p>Menyusun rancangan e-procurement di e-commerce [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit</p>	<p>Materi: Bab 5 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i></p> <p>Materi: Bab 7 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i></p>	3%

12	Mahasiswa mampu merencanakan strategi pemasaran digital toko online di e-commerce marketplace	Mengelola manajemen periklanan toko online di e-commerce marketplace.	Kriteria: rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Powerpoint Youtube Video [PB: 1x(3x50")] Menyusun rencana periklanan online shop di e-commerce [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Menyusun rencana periklanan online shop di e-commerce [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 5 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i> Materi: Bab 7 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i>	5%
13	Mengevaluasi kinerja penjualan dan pemasaran toko online di e-commerce marketplace	Mempresentasikan kinerja penjualan dan pemasaran toko online di e-commerce marketplace	Kriteria: rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Powerpoint Youtube Video [PB: 1x(3x50")] Presentasi project pembuatan online shop dan evaluasi kinerjanya [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Presentasi project pembuatan online shop dan evaluasi kinerjanya [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 4 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i> Materi: Bab 8 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i>	10%
14	Merancang solusi permasalahan kinerja toko online di e-commerce marketplace	Memberikan penilaian feedback terhadap kinerja toko online di e-commerce marketplace	Kriteria: Rubrik Holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Power point Youtube Video [PB: 1x(3x50")] Presentasi project pembuatan online shop dan evaluasi kinerjanya [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Presentasi project pembuatan online shop dan evaluasi kinerjanya [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 4 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i> Materi: Bab 9 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i>	15%

15	Merancang solusi permasalahan kinerja toko online di e-commerce marketplace	Memberikan penilaian feedback terhadap kinerja toko online di e-commerce marketplace	Kriteria: Rubrik Holistik Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Power point Youtube Video [PB: 1x(3x50")] Presentasi project pembuatan online shop dan evaluasi kinerjanya [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Presentasi project pembuatan online shop dan evaluasi kinerjanya [PT KM: (1 1)x(3x60")] 150 menit	Materi: Bab 4 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i> Materi: Bab 9 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i>	10%
16	Ujian Akhir Semester	Ujian Akhir Semester	Kriteria: Ujian Akhir Semester Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Tes	Ujian Akhir Semester 90 menit	Ujian Akhir Semester 90 menit	Materi: Bab 3 - 6 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology</i> Materi: Kasus 16 Pustaka: 2. <i>Alan Atuah dan Christopher L Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill</i> Materi: Bab 5, 7-9, 11 Pustaka: 3. <i>Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson</i>	30%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	25.5%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	51.5%
3.	Tes	23%
		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 13 Agustus 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 30 Januari 2025 Jam 04:37 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa