



**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 Penyesuaian
Simulasi Bisnis Digital	6120906038	Mata Kuliah Pilihan Program Studi	T=0	P=0	ECTS=0	5	1 Januari 2024
OTORISASI	Pengembang RPS		Koordinator RMK			Koordinator Program Studi	
	Dr. Ratih Amelia, S.E., M.M.		Dr. Nanang H			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-4	Mengembangkan diri secara berkelanjutan dan berkolaborasi.
CPL-7	Mampu mengembangkan ide bisnis digital secara kreatif dan inovatif

Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
--	--

CPMK - 1	Lulusan mampu menguasai teori bidang bisnis digital secara menyeluruh.
CPMK - 2	Mahasiswa mampu melakukan implementasi digitalisasi pada unit usaha pada Kuliah Kerja Nyata. 2. Students are able to implement digitalization in business units during Community Service Program.
CPMK - 3	Mahasiswa mampu merancang antar muka dan experience pengguna dalam proses digitalisasi unit usaha 3. Students are able to design user interfaces and experiences in the process of digitizing business units
CPMK - 4	Mahasiswa mampu menganalisis kebutuhan online advertising dan SEO dalam implementasi bisnis digital. 4. Students are able to analyze the needs of online advertising and SEO in implementing digital business.
CPMK - 5	Mahasiswa mampu menganalisa strategi customer dalam implementasi bisnis digital pada unit usaha 5. Students are able to analyze customer strategies in implementing digital business in business units

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

	CPMK	CPL-1	CPL-4	CPL-7
CPMK-1				
CPMK-2				
CPMK-3				
CPMK-4				
CPMK-5				

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														✓	✓	✓

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini mengkaji bagaimana penerapan digitalisasi pada proses bisnis dalam unit mitra sehingga nantinya bisa memberikan peningkatan bisnis yang ada atau bahkan juga bisnis usaha yang baru berbasis digital. Digitalisasi ini nantinya akan dibuat berbentuk simulasi bisnis digital berbasis unit bisnis yang sudah ada, dengan kajian – kajian identifikasi proses bisnis dan indikatornya sehingga bisa memberikan nilai manfaat yang lebih pada unit usaha desa tersebut.
-----------------------------	--

Pustaka	Utama :
----------------	----------------

1. 1. Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).
2. 2. Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.
3. 3. Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.

Pendukung :

Dosen Pengampu
 Dr. Nanang Hoesen Hidroes Abbrori, S.T., M.T.I.
 Dr. Ratih Amelia, S.E., M.M.
 Riska Dhenabayu, S.Kom., M.M.

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	Pengantar Simulasi Bisnis Digital 1	1.1. Materi Analisis Situasi 2.2. Materi Analisis Bisnis Unit Usaha 3.3. Materi Strategi Digitalisasi	Kriteria: 1.Kriteria: Rubrik Holistik 2.Bentuk penilaian: aktifitas partisipatif Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif	iscussion, case based method Penugasan 1: Post test [PB: 1x(3x50")] [PT KM: (1 1)x(3x60")] 3x50		Materi: Pengantar Simulasi Bisnis Digital 1 Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i> Materi: Pengantar Simulasi Bisnis Digital 1 Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i> Materi: Pengantar Simulasi Bisnis Digital 1 Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i>	5%

2		<p>1.1. Materi Strategi Antarmuka 2.2. Materi Online Advertising 3.3. Materi Strategi Customer</p>	<p>Kriteria: 1. Kriteria: Rubrik Holistik 2. Bentuk Penilaian: AktifitasPartisipasif</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	<p>Discussion, case based method</p> <p>Penugasan 2: Post test</p>	<p>Materi: Pengantar Simulasi Bisnis Digital 2 Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <p>Materi: Pengantar Simulasi Bisnis Digital 2 Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p> <p>Materi: Pengantar Simulasi Bisnis Digital 2 Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p> <p>Materi: Pengantar Simulasi Bisnis Digital 2 Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	5%
3	Mahasiswa memahami Customer-Based Value Strategy		<p>Kriteria: 3. Mahasiswa memahami Customer-Based Value Strategy</p>	<p>Discussion, case based method</p> <p>Penugasan 3: Post test</p>	<p>Materi: Proposal Rencana Kerja Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <p>Materi: Proposal Rencana Kerja Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p> <p>Materi: Proposal Rencana Kerja Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	10%

4	Identifikasi Unit Usaha dan Proposal Awal		<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Situasi Unit Usaha 2. Analisis kondisi internal unit usaha 3. Analisis kondisi eksternal unit usaha <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk, Penilaian Portofolio</p>	Discussion, case based method Penugasan 4: Post test	<p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	10%
5	Identifikasi Unit Usaha dan Proposal Awal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Proses Bisnis 2. Analisis Riset Pasar 3. Analisis indikator kunci keberhasilan (KPI) 	<p>Kriteria: MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</p>	5 hari x 8 jam kerja	<p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	10%

6	MBKM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Proses Bisnis 2. Analisis Riset Pasar 3. Analisis indikator kunci keberhasilan (KPI) 	<p>Kriteria: MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</p>	5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	10%
7	MBKM	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisis Proses Bisnis 2. Analisis Riset Pasar 3. Analisis indikator kunci keberhasilan (KPI) 	<p>Kriteria: MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</p>	5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: MBKM/ KKN</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	10%
8	Monitoring dan Evaluasi Awal	Mahasiswa mampu menjelaskan laporan rencana kegiatan (LRK) yang sudah final dan memaparkan bagaimana simulasi penerapan digitalisasi untuk bisnis dalam unit mitra	<p>Kriteria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kriteria: 1. Penilaian dokumen LRK 2. Penilaian seminar <p>Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p>	3 X 50 menit			20%

9	MBKM/ KKN	<p>1. Merancang digitalisasi proses bisnis</p> <p>2. Merancang strategi pemasaran digital (5S's Digital Marketing)</p>	<p>Kriteria: KKN di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</p>	5 hari x 8 jam kerja	<p>Materi: Strategi Digitalisasi</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang digitalisasi proses bisnis</p> <p>Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang strategi pemasaran digital (5S's Digital Marketing)</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p> <hr/> <p>Materi: Strategi Digitalisasi</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p>	5%
---	-----------	--	--	----------------------	---	----

10	MBKM/ KKN	<p>1.Merancang digitalisasi proses bisnis</p> <p>2.Merancang strategi pemasaran digital (5S's Digital Marketing</p>	<p>Kriteria: KKN di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</p>	5 hari x 8 jam kerja	<p>Materi: Strategi Digitalisasi</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang digitalisasi proses bisnis</p> <p>Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang strategi pemasaran digital (5S's Digital Marketing</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p> <hr/> <p>Materi: Strategi Digitalisasi</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p>	5%
----	-----------	---	--	----------------------	--	----

11	MBKM/ KKN	<ol style="list-style-type: none"> 1.Strategi Antarmuka 2.Perancangan dan Analisa User Interface (UI) untuk unit usaha 3.Analisa User Experience (UX) 	<p>Kriteria: MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: Strategi Antarmuka</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: Perancangan dan Analisa User Interface (UI) untuk unit usaha</p> <p>Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p> <hr/> <p>Materi: Analisa User Experience (UX)</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	5%
12		<ol style="list-style-type: none"> 1.Merancang konsep copywriting 2.Merancang ads dan SEO 3.Merancang optimalisasi sosial media 	<p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: Merancang konsep copywriting</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang ads dan SEO</p> <p>Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang optimalisasi sosial media</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	0%

13	MBKM/ KKN	<p>1.Merancang konsep copywriting</p> <p>2.Merancang ads dan SEO</p> <p>3.Merancang optimalisasi sosial media</p>	<p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</p>	5 hari x 8 jam kerja	<p>Materi: Merancang konsep copywriting</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang ads dan SEO</p> <p>Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang optimalisasi sosial media</p> <p>Pustaka: 3. <i>Kotler, Philip. Marketing 4.0, Moving from Traditional to Digital, 2017, Wiley.</i></p>	10%
14		<p>1.Merancang pemanfaatan database digital konsumen</p> <p>2.Merancang strategi CRM</p>	<p>Kriteria: MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	3 X 50	<p>Materi: Merancang pemanfaatan database digital konsumen</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <hr/> <p>Materi: Merancang strategi CRM</p> <p>Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p>	5%

15	MBKM/ KKN	<p>1.Feedback dari pelaku usaha unit kerja</p> <p>2.Finalisasi Simulasi Bisnis Digital dengan revisi feedback dalam bentuk Proposal yang mencakup aspek Analisis Situasi, Analisis Bisnis Unit Usaha, Strategi Digitalisasi, Strategi Antarmuka, Online Advertising, dan STRategi Customer</p>	<p>Kriteria: MBKM di unit usaha satu semester</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif, Praktik / Unjuk Kerja</p>	5 hari x 8 jam kerja		<p>Materi: 1 Feedback dari pelaku usaha unit kerja</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <p>Materi: Finalisasi Simulasi Bisnis Digital dengan revisi feedback dalam bentuk Proposal yang mencakup aspek Analisis Situasi, Analisis Bisnis Unit Usaha, Strategi Digitalisasi, Strategi Antarmuka, Online Advertising, dan STRategi Customer</p> <p>Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p>	0%
16		<p>1.1. Mahasiswa menyusun laporan akhir kegiatan hasil implementasi digitalisasi bisnis digital pada mitra dalam bentuk usaha Simulasi Bisnis Digital.</p> <p>2.2. Mahasiswa mempresentasikan laporan akhir kegiatan implementasi bisnis digital pada mitra dalam bentuk usaha Simulasi Bisnis Digital</p>	<p>Kriteria:</p> <p>1.Kriteria: 1.Penilaian dokumen LAK 2.Penilaian seminar</p> <p>2.Bentuk Penilaian : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk</p> <p>Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasif</p>	3 X 50		<p>Materi: 1. Mahasiswa menyusun laporan akhir kegiatan hasil implementasi digitalisasi bisnis digital pada mitra dalam bentuk usaha Simulasi Bisnis Digital.</p> <p>Pustaka: 1. <i>Solomons, Dionne. eMarketing, The Essential Guide to Marketing in a Digital World, 7th Edition, 2022, Quirk Education Pty (Ltd).</i></p> <p>Materi: 2. Mahasiswa mempresentasikan laporan akhir kegiatan implementasi bisnis digital pada mitra dalam bentuk usaha Simulasi Bisnis Digital.</p> <p>Pustaka: 2. <i>Charlesworth, Alan. Digital Marketing, A Practical Approach, 3rd Edition, 2018, Routledge.</i></p>	20%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	65%
2.	Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	5%
3.	Penilaian Portofolio	5%
4.	Praktik / Unjuk Kerja	25%

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 studinya 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.