UNESA	**Universitas Negeri Surabaya** **Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik** **Program Studi S2 Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan**	**Kode Dokumen**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)			SEMESTER	Tgl Penyusunan
Edupreneurship Digita;	8715703011	Mata Kuliah Wajib Program Studi	**T=2**	**P=0**	**ECTS=4.48**	2	31 Januari 2025

OTORISASI	Pengembang RPS	Koordinator RMK	Koordinator Program Studi
	Prof. Dr. Raden Roro Nanik Setyowati, M.Si. Dr. Wahyudi, S.Pd, M.Si (Han)	Prof. Dr. Raden Roro Nanik Setyowati, M.Si.	Prof. Dr. Hj. Raden Roro Nanik Setyowati, M.Si.

Model Pembelajaran	**Project Based Learning**	
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-5	Mampu mengidentifikasi bidang keilmuan PPKn yang menjadi objek penelitiannya dan memposisikan ke dalam suatu peta penelitian yang dikembangkan melalui pendekatan interdisipliner atau multidisipliner melalui domain kurikuler, kajian keilmuan dan kemasyarakatan berbasis citizenship empowerment dan Sosio-edupreuner
	CPL-7	Mampu mengembangkan bahan kajian yang mendukung pengembangan PPKn baik dari perspektif pendidikan, moral, politik, ketahanan nasional, sosial dan hukum.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	CPMK - 1	Menguasai teori dan praktik dalam bidang edupreneurship digital yang inovatif dan berkelanjutan.
	CPMK - 2	Memiliki keterampilan analitis dan kritis dalam mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam bisnis edukasi berbasis digital
	CPMK - 3	Mampu mengembangkan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi bisnis edupreneurship digital.
	Matrik CPL - CPMK	

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

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																

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Civic Edupreneurship digital ini dirancang untuk membekali mahasiswa dengan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola dan mengembangkan bisnis pendidikan berbasis digital. Melalui mata kuliah ini, mahasiswa akan mempelajari konsep dasar civuc edupreneurship, perkembangan edupreneurship digital, berbagai model bisnis yang dapat diterapkan, serta strategi pemasaran digital yang efektif. Selain itu, mahasiswa juga akan dilatih untuk melakukan analisis pasar, membuat proyeksi keuangan, memahami aspek legalitas dalam bisnis digital, dan mengidentifikasi peluang bisnis. Di akhir perkuliahan, mahasiswa diharapkan mampu menyusun dan mengimplementasikan rencana bisnis edupreneurship digital serta mampu mengidentifikasi area perbaikan dan mengajukan rekomendasi untuk meningkatkan kinerja bisnis.
Pustaka	**Utama :**

1. Kuratko, D. F. (2016). Entrepreneurship: Theory, Process, Practice. Cengage Learning. Jones, P., & Penaluna, A. (2013). Enterprise education: Developing entrepreneurial mindsets through education. Edward Elgar Publishing.
2. Shane, S. (2003). A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus. Edward Elgar Publishing. Drucker, P. F. (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. Harper & Row.
3. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. Wiley.
4. Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). The Business Model Navigator: 55 Models That Will Revolutionise Your Business. Pearson.
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson.
6. Burns, A. C., & Bush, R. F. (2010). Marketing Research. Prentice Hall.
7. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson. Ryan, D. (2016). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. Kogan Page Publishers.
8. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). Social Media Marketing. Sage.
9. Barker, M., Barker, D. I., Bormann, N. F., & Neher, K. E. (2017). Social Media Marketing: A Strategic Approach. Cengage Learning.
10. . Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods. Sage Publications.
11. . Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. Academy of Management Review, 14(4), 532-550.
12. . Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2015). Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures. Pearson.
13. . Sahlman, W. A. (1997). How to Write a Great Business Plan. Harvard Business Review Press.\
14. . Abrams, R. (2019). The Lean Business Plan: Get What You Want From Your Business. Planning Shop.
15. . Scarborough, N. M. (2016). Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management. Pearson.
16. . Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. (2016). Statistics for Business & Economics. Cengage Learning.
17. . Evans, J. R., & Lindsay, W. M. (2017). Managing for Quality and Performance Excellence. Cengage Learning
18. . Supranto, J. (2016). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta.
19. . Umar, H. (2008). Strategi Perbaikan dan Peningkatan Kinerja Bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
20. Trihastuti, Mewatizal (2022). Kemandirian ekonomi era digital : kajian konsep civic entrepreneurship dalam koperasi mahasiswa di Indonesia. Sleman : Bintang semesta Media.

Pendukung :

1. 1. Siagian, S. P. (2013). Kewirausahaan dalam Perspektif Global. PT Penerbit Mandar Maju. 2. Alma, B. (2009). Kewirausahaan: Pendidikan, Teori, dan Praktek. Alfabeta. 3. Moeliono, A. (2012). Kewirausahaan Sosial dan Inovasi. Penerbit Andi. 4. Suryana. (2016). Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Salemba Empat. 5. Rangkuti, F. (2009). Business Model Canvas: Konsep dan Studi Kasus. Gramedia Pustaka Utama. 6. Tjiptono, F. (2015). Pemasaran Strategik. Penerbit Andi. 7. Kertajaya, H. (2018). Digital Marketing: Implementasi dan Pengaruhnya. Gramedia Pustaka Utama. 8. Sihombing, S. (2019). Strategi Digital Marketing untuk UMKM. Penerbit Andi. 9. Hartati, S. (2017). Pemasaran Melalui Media Sosial. Penerbit Andi. 10. Putra, A. S. (2018). Strategi Bisnis di Era Digital: Pemanfaatan Media Sosial dan Konten Digital. Penerbit Andi. 11. Hasanah, I. (2013). E-learning: Konsep dan Aplikasinya dalam Pembelajaran. Penerbit Andi. 12. Prasetyo, Z. K., & Maryono. (2016). Pengembangan E-Learning: Teori dan Implementasi. Penerbit Andi.

Dosen Pengampu	Prof. Dr. Hj. Raden Roro Nanik Setyowati, M.Si. Dr. Wahyudi, S.Pd., M.Si. (Han).

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	Mahasiswa mampu memahami konsep dasar civic edupreneurship digital dan ekonomi kewarganegaraan	1.Mahasiswa dapat mendefinisikan edupreneurship. 2.Mahasiswa dapat menjelaskan tentang ekonom kewarganegaraan 3.Mahasiswa dapat mengidentifikasi komponen utama dari edupreneurship dan ekonomi kewarganegaraan	**Kriteria:** Kriteria: 1. Originalitas 2.Kebaharuan 3.Inovasi **Bentuk Penilaian** : Aktifitas Partisipasif	Ceramah dan Diskusi 2 x 50 menit			5%

2	Mahasiswa mampu menjelaskan perkembangan edupreneurship digital dari masa ke masa.	1.1. Mahasiswa dapat menguraikan sejarah perkembangan edupreneurship digital. 2.2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi teknologi kunci yang mempengaruhi perkembangan edupreneurship digital. 3.3. Mahasiswa dapat memberikan contoh kasus nyata perkembangan edupreneurship digital.	**Kriteria:** 1. Originalitas 2.Kebaharuan 3.Inovasi	Ceramah dan Diskusi 2 x 50 menit			10%
3	Mahasiswa mampu mengidentifikasi berbagai model bisnis dalam civic edupreneurship digital.	1.1. Mahasiswa dapat menyebutkan berbagai model bisnis dalam edupreneurship digital. 2.2. Mahasiswa dapat membandingkan kelebihan dan kekurangan masing- masing model bisnis. 3.3. Mahasiswa dapat mengidentifikasi contoh bisnis yang sukses menggunakan setiap model.		Ceramah dan Diskusi 2 x 50 menit			5%
4	Mahasiswa mampu melakukan analisis pasar untuk bisnis civic edupreneurship digital.	1.1. Mahasiswa dapat mengidentifikasi target pasar untuk bisnis edupreneurship digital. 2.2. Mahasiswa dapat menggunakan alat dan teknik analisis pasar. 3.3. Mahasiswa dapat menyusun laporan hasil analisis pasar.	**Bentuk Penilaian** : Aktifitas Partisipasif	Ceramah dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
5	Mahasiswa mampu merancang strategi pemasaran digital yang efektif.	1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan konsep dasar pemasaran digital. 2.2. Mahasiswa dapat merancang strategi pemasaran digital yang sesuai dengan target pasar. 3.3. Mahasiswa dapat mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran digital	**Kriteria:** . Originalitas 2.Kebaharuan 3.Inovasi **Bentuk Penilaian** : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%

6	Mahasiswa mampu mengembangkan kampanye pemasaran melalui media sosial.	1.1. Mahasiswa dapat mengidentifikasi platform media sosial yang sesuai untuk kampanye pemasaran. 2.2. Mahasiswa dapat membuat konten yang menarik untuk media sosial. 3.3. Mahasiswa dapat mengukur dan menganalisis hasil kampanye media sosial	**Bentuk Penilaian** : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
7	Mahasiswa mampu mengidentifikasi platform pendidikan online yang efektif.	1.Mahasiswa dapat menyebutkan berbagai platform pendidikan online yang populer. 2.Mahasiswa dapat mengevaluasi kelebihan dan kekurangan setiap platform. 3.Mahasiswa dapat memilih platform yang sesuai dengan kebutuhan bisnis edupreneurship.	**Kriteria:** 1. Originalitas 2.Kebaharuan 3.Inovasi	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
8	UTS		**Kriteria:** 1. Originalitas 2.Kebaharuan 3.Inovasi	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
9	Mahasiswa mampu membuat proyeksi keuangan untuk bisnis edupreneurship digital.	1.1. Mahasiswa dapat menyusun anggaran untuk bisnis edupreneurship digital. 2.2. Mahasiswa dapat membuat proyeksi pendapatan dan biaya. 3.3. Mahasiswa dapat melakukan analisis break-even point.	**Kriteria:** 1. Originalitas 2.Kebaharuan 3.Inovasi	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
10	Mahasiswa mampu memahami aspek legalitas dalam bisnis edupreneurship digital.	1.1. Mahasiswa dapat menjelaskan peraturan dan regulasi yang relevan dengan edupreneurship digital 2.2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi risiko hukum dalam bisnis edupreneurship digital 3.3. Mahasiswa dapat menyusun dokumen legal yang diperlukan untuk bisnis edupreneurship.	**Bentuk Penilaian** : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%

11	Mahasiswa mampu menganalisis studi kasus yang relevan dalam bidang edupreneurship digital.	1.Mahasiswa dapat mengidentifikasi masalah utama 2.Mahasiswa dapat menyarankan solusi berdasarkan analisis studi kasus. 3.Mahasiswa dapat mengambil pelajaran dari studi kasus yang dianalisis	**Bentuk Penilaian** : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
12	Mahasiswa mampu mengidentifikasi peluang bisnis dalam edupreneurship digital.	1.1. Mahasiswa dapat mengidentifikasi tren terbaru dalam edupreneurship digital. 2.2. Mahasiswa dapat menilai kelayakan ide bisnis. 3.3. Mahasiswa dapat merancang proposal bisnis berdasarkan peluang yang diidentifikasi.		Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
13	Mahasiswa mampu menyusun rencana bisnis yang komprehensif	1.1. Mahasiswa dapat menyusun visi dan misi bisnis edupreneurship digital. 2.2. Mahasiswa dapat mengembangkan strategi operasional. 3.3. Mahasiswa dapat menyusun rencana keuangan dan pemasaran.	**Bentuk Penilaian** : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
14	Mahasiswa mampu mengimplementasikan rencana bisnis edupreneurship digital.	1.1. Mahasiswa dapat menetapkan tahapan implementasi rencana bisnis. 2.2. Mahasiswa dapat mengalokasikan sumber daya yang diperlukan 3.3. Mahasiswa dapat memantau dan mengevaluasi pelaksanaan rencana bisnis.	**Kriteria:** 1. Originalitas 2.Kebaharuan 3.Inovasi **Bentuk Penilaian** : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	Presentasi dan Diskusi 2 x 50 menit			0%
15	Mahasiswa mampu mengimplementasikan rencana bisnis edupreneurship digital.	1.1. Mahasiswa dapat melakukan evaluasi kinerja bisnis. 2.2. Mahasiswa dapat mengidentifikasi kelemahan dalam bisnis. 3.3. Mahasiswa dapat menyarankan strategi perbaikan yang relevan.	**Kriteria:** 1. Originalitas 2.Kebaharuan 3.Inovasi **Bentuk Penilaian** : Penilaian Hasil Project / Penilaian Produk	2 x 50 menit			0%
16	UAS			2 x 50 menit			0%

Rekap Persentase Evaluasi : Project Based Learning

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipasif	5%
		5%

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, ketrampulan 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.