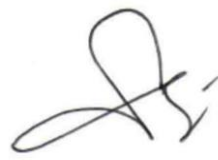




RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

PROGRAM STUDI D-IV MANAJEMEN PEMASARAN INTERNASIONAL

JURUSAN EKONOMI DAN BISNIS – POLITEKNIK BAUBAU

MATA KULIAH		Kode	Rumpun MK	Bobot (SKS)		Semester	Direvisi
E-COMMERCE		PB.E.C28303	Mata Kuliah Keahlian	T=2	P=1	V	
OTORISASI		Pengembang RP		Koordinator RMK		Ka Prodi	
							
		La Sudarman, S.Pd., MM		La Sudarman, S.Pd.,MM		Sukrin, S.E., M.M.	
Capaian Pembelajaran (CP)		CPL Program Studi					
		1. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila (CS 6) 2. Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri (CS9) 3. Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan (CS10) 4. Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, inovatif, bermutu, dan terukur dalam melakukan pekerjaan yang spesifik di bidang keahliannya serta sesuai dengan standar kompetensi kerja bidang yang bersangkutan (KU1) 5. Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur (KU2) 6. Mampu mengkaji kasus penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan bidang keahliannya dalam rangka menghasilkan prototype, prosedur baku, desain atau karya seni, menyusun hasil kajiannya dalam bentuk kertas kerja, spesifikasi desain, atau esai seni, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi; mampu menyusun hasil kajian tersebut di atas dalam bentuk kertas kerja, spesifikasi desain, atau esai seni, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi (KU3) 7. Mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal untuk bisnis dalam skala nasional maupun internasional (KK1) 8. Merencanakan elemen strategi pemasaran, menentukan elemen taktik pemasaran, dan mengkaji ulang elemen value pemasaran (KK2) 9. Mengidentifikasi peluang usaha, merancang kegiatan usaha, dan mengoperasionalkan kegiatan usaha (KK10)					
		CP Mata Kuliah					
		1. Mampu memahami konsep dasar pemasaran digital (CS6, CS9, KU1, KU2, KK1) 2. Mampu menggunakan internet dalam pemasaran bisnis di era digital (CS6, CS10, KU2, KU3, KK1, KK2, KK10) 3. Mampu menerapkan marketing elektornik sebagai instrument penting dalam kegiatan bisnis di era teknologi digital (CS6, CS9, CS10, KU2, KU3, KK1, KK2, KK10)					
Deskripsi Singkat MK		Setelah mempelajari mata kuliah ini mahasiswa diharapkan mampu memahami dan menerapkan konsep dasar pemasaran digital, penggunaan interner dalam pemasaran bisnis di era digital dan menerapkan marketing elektornik sebagai instrument penting dalam kegiatan bisnis di era teknologi digital. Dalam mata kuliah ini terdapat 12 pokok bahasan yang telah dirinci pada tiap-tiap pertemuan.					
Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran		1. Pemasaran Digital 2. Hubungan Pemasaran 3. Perkembangan Ilmu Pemasaran					

	4. Perilaku Konsumen pada Pembelian Daring 5. Persaingan di Era Digital 6. Jenis-Jenis Iklan Digital 7. Data Digital 8. Alat Pembayaran di Media Digital 9. Mengukur Efektifitas Pemasaran Digital 10. Mengukur Permintaan Pasar Digital 11. Perencanaan Penelitian Pemasaran Digital 12. Pemasaran Konvensional dalam Ringkasan																																		
Pustaka	Utama :																																		
	1. Elida Tety dan Ari Raharjo. 2019. <i>Pemasaran Digital</i> . Bandung : PT. Penerbit IPB Press.																																		
	2.																																		
	Pendukung :																																		
									1. Materi dari internet yang berkaitan dengan bahan kajian materi Matematika Ekonomi																										
Media Pembelajaran	Software :									Hardware :																									
	Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point, SPSS Versi 23									LCD, Laptop/Notebook, White Board																									
Team Teaching																		La Sudarman, S.Pd., MM dan Dosen MPI																	
Matakuliah Syarat																		-																	
Mg Ke-	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang diharapkan)				Bahan Kajian/ Materi Pembelajaran				Bentuk & Metode Pembelajaran				Waktu		Pengalaman Belajar Mahasiswa				Penilaian				Refe rensi												
						Kriteria & Bentuk				Indikator				Bobot																					
1	1. Mahasiswa mematuhi kontrak perkuliahan 2. Mahasiswa memahami konsep pemasaran digital.				1. Kontrak Perkuliahan 2. Pemasaran Digital				Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: - Metode: Ceramah dan Mengerjakan Soal di Kelas - Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet				TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")		- Memahami kontrak perkuliahan dan aturan-aturan terkait mata kuliah ini - Melakukan Tanya jawab dalam forum diskusi				Kriteria: - Ketepatan & penguasaan dalam menguraikan jawaban dalam diskusi Bentuk non test: - Mengajukan pertanyaan dan menjawab pertanyaan				Menjawab dengan tepat soal yang diajukan dalam diskusi				Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%				1				
2	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep pemasaran digital				HUBUNGAN PEMASARAN 1. B2B dan B2C sebelum digital 2. B2B dan B2C				Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: Metode: Diskusi, Tanya				TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60")		- Melakukan diskusi dan Tanya jawab - Mengerjakan Soal-Soal Praktikum.				Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam mengerjakan soal-soal				- Ketepatan dan kesesuaian soal-soal diskusi - Ketepatan dan				Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik				1				

		setelah digital 3. Contoh C2C lewat jasa web.	Jawab dan Studi Kasus ■ Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	BM: 2x(2x60")		Bentuk non test: ■ Menjawab soal praktikum	kesesuaian menjawab soal praktikum dan beberapa nomor soal tugas.	Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	
3	Mampu memahami konsep pemasaran digital	PERKEMBANGAN ILMU PEMASARAN 1. Perkembangan pemasaran 1.0, 2.0, 3.0 dan 4.0 2. <i>Marketing 1.0</i> 3. <i>Marketing 2.0</i> 4. <i>Marketing 3.0</i> 5. Perbandingan pemasaran 1.0, 2.0 dan 3.0 6. <i>Marketing 4.0</i>	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ■ Metode: Diskusi dan Tanya jawab ■ Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	■ Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab pertanyaan diskusi Bentuk non test: ■ Menjawab soal-soal praktikum	■ Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan praktikum	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	1
4	1. Mampu menggunakan internet dalam pemasaran bisnis di era digital	PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DARING 1. Perilaku konsumen dalam Perekonomian Modern 2. Perilaku Bisnis dalam Era Modern 3. Proses Belanja Konsumen Daring 4. Kebiasaan Perilaku Belanja Konsumen 5. Perilaku Rasional dan Irrasional	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ■ Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	■ Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab pertanyaan diskusi Bentuk non test: ■ Menjawab soal-soal praktikum	■ Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan praktikum	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	1
5	Mampu menggunakan internet dalam pemasaran bisnis di era digital	PERSAINGAN DI ERA DIGITAL 1. Persaingan industri 2. Menganalisa	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas:	TM: 2x(2x50") PT:	■ Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab	■ Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian	1

		Pesaing 3. Strategi pemimpin pasar 4. Segmentasi pasar 5. Pola Segmentasi Pasar 6. Saluran Pemasaran 7. Lingkungan Pemasaran	▪ Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	2x(2x60") BM: 2x(2x60")		pertanyaan diskusi Bentuk non test: ▪ Menjawab soal-soal praktikum	praktikum	Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	
6	Mampu menggunakan internet dalam pemasaran bisnis di era digital	DATA DIGITAL 1. Jenis-Jenis Data 2. Pendekatan Data 3. Pengumpulan Data 4. Manfaat Data Bagi Pemasaran Digital 5. Menjaga Validitas Data pemasaran	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ▪ Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	▪ Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab pertanyaan diskusi Bentuk non test: ▪ Menjawab soal-soal praktikum	▪ Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan praktikum	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	1
7	Mampu menggunakan internet dalam pemasaran bisnis di era digital	JENIS-JENIS DATA IKLAN DIGITAL 1. Jenis Iklan di Media Konvensional 2. Iklan Koran 3. Iklan Majalah 4. Iklan Radio 5. Iklan Televisi 6. Iklan Handphone 7. Jenis-Jenis Iklan di Media Digital Online.	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ▪ Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	▪ Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab pertanyaan diskusi Bentuk non test: ▪ Menjawab soal-soal praktikum	▪ Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan praktikum	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	1
8	Ujian Tengah Semester (UTS)								
9	Mampu menerapkan marketing elektronik sebagai instrument penting dalam kegiatan bisnis di era	PEMBAYARAN DI MEDIA DIGITAL 1. Syarat-syarat <i>Payment Gateway</i>	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas:	TM: 2x(2x50") PT:	▪ Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab	▪ Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan	Bobot penilaian berdasarkan portofolio	1

	teknologi digital	2. Jenis-jenis <i>Payment Gateway</i> Mediaa Digital	Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	2x(2x60") BM: 2x(2x60")		pertanyaan diskusi Bentuk non test: Menjawab soal-soal praktikum	praktikum	penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	
10	Mampu menerapkan marketing elektornik sebagai instrument penting dalam kegiatan bisnis di era teknologi digital	MENGUKUR EFEKTIFITAS PEMASARAN DIGITAL 1. Variabel Efektivitas 2. Alat Ukur 3. Cara Perhitungan 4. Hubungan Besaran Pemasaran dengan Penjualan	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab pertanyaan diskusi Bentuk non test: Menjawab soal-soal praktikum	Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan praktikum	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	1
11	Mampu menerapkan marketing elektornik sebagai instrument penting dalam kegiatan bisnis di era teknologi digital	MENGUKUR PERMINTAAN DIGITAL 1. Matriks Pertumbuhan Pangsa Pasar 2. Mengukur Permintaan Pasar 3. Menganalisa Trend Lingkungan Makro	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab pertanyaan diskusi Bentuk non test: Menjawab soal-soal praktikum	Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan praktikum	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan	1

								MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	
12 & 13	Mampu menerapkan marketing elektornik sebagai instrument penting dalam kegiatan bisnis di era teknologi digital	PERENCANAAN PENELITIAN PEMASARAN DIGITAL 1. Merumuskan Masalah Penelitian Pemasaran Digital 2. Tujuan Penelitian Pemasaran 3. Manfaat 4. Ruang Lingkup 5. Objek Penelitian 6. Hipotesis 7. Sumber data 8. Metode-Metode 9. Masalah yang sering dihadapi dalam Perencanaan 10. Langkah-Langkah Penyusunan Pemasaran Digital	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ▪ Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	▪ Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab pertanyaan diskusi Bentuk non test: ▪ Menjawab soal-soal praktikum	▪ Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan praktikum	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	1
14 & 15	Mampu menerapkan marketing elektornik sebagai instrument penting dalam kegiatan bisnis di era teknologi digital	PEMASARAN KONVENSIONAL DALAM RINGKASAN 1. Pengertian Pemasaran 2. Manfaat Pemasaran 3. Konsumen 4. Perbedaan Pemasaran dan Penjualan 5. Pasar 6. Segmentasi Pasar 7. Volume Pasar dan Pangsa Pasar 8. Komponen Pemasaran	Bentuk: Kuliah Aktifitas di kelas: ▪ Metode: Diskusi dan Tanya jawab Media: Komputer dan LCD Projector atau gadget dan internet	TM: 2x(2x50") PT: 2x(2x60") BM: 2x(2x60")	▪ Melakukan diskusi dan Tanya jawab Mengerjakan Soal-Soal Praktikum	Kriteria: Ketepatan, kesesuaian dalam menjawab pertanyaan diskusi Bentuk non test: ▪ Menjawab soal-soal praktikum	▪ Ketepatan dalam menjawab soal tugas dan praktikum	Bobot penilaian berdasarkan portofolio penilaian Politeknik Baubau Kehadiran 10% Tugas 20% Praktikum 50% (MK ini merupakan MK praktikum) UTS 10% UAS 10%	1
16	Ujian Akhir Semester (UAS)								

Catatan : 1 sks = (50' TM + 60' PT + 60' BM)/Minggu
TM = Tatap Muka (Kuliah)
PT = Penugasan Terstruktur.

BM = Belajar Mandiri
PS = Praktikum Simulasi (170 menit /minggu)
PL = Praktikum Laboratorium (170 menit/minggu)

T = Teori (aspek ilmu pengetahuan)
P = Praktek (aspek ketrampilan kerja)

Daftar Rujukan:

1. Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015 Tentang **Standar Nasional Pendidikan Tinggi**
2. Tim Penyusun. 2016. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
3. Tim Penyusun. 2016. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Vokasi**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
4. Tim Penyusun. 2018. **Panduan Penyusunan Kurikulum Pendidikan Tinggi Di Era Industri 4.0**. Jakarta. Direktorat Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan. Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi.
5. Materi Program Pelatihan Keterampilan Dasar Teknik Instruksional (PEKERTI) Bagi Dosen. 19 – 24 November 2018. LLDIKTI Wilayah IX, Makassar.