	UNIVERSITAS LEMBAH DEMPO **FAKULTAS EKONOMI & BISNIS** PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)**	Kode Dokumen **RPS/IF-3501/2026/001**

MATA KULIAH (MK)	**KODE MK**	**RUMPUN MK**	**BOBOT (sks)**	**SEMESTER**	**TGL PENYUSUNAN**
Strategi Bisnis Digital	BDE3725	BISNIS DIGITAL	3 SKS	7	2026-09-17
OTORISASI / PENGESAHAN	**Pengembang RPS**		**Koordinator RMK**		**Ketua Program Studi**
Tanda Tangan & Cap *(Pengesahan Resmi)*	Laili Dimyati., S.E., M.Si				Dr. Yadi Maryadi., S.E., M.Si

CAPAIAN PEMBELAJARAN (CP)

CPL-PRODI yang Dibebankan pada MK	**Deskripsi CPL**
CPL-01 (Sikap)	Mampu menunjukkan sikap profesional, berintegritas, bertanggung jawab, etis, adaptif, dan berorientasi pada kepentingan masyarakat dalam penerapan sistem informasi dan bisnis digital.
CPL-02 (Sikap)	Mampu menunjukkan jiwa kewirausahaan, kreativitas, kemandirian, kepemimpinan, dan kemampuan bekerja sama dalam mengembangkan inovasi bisnis berbasis teknologi digital.
CPL-03 (Pengetahuan)	Mampu memahami konsep, prinsip, arsitektur, komponen, dan perkembangan sistem informasi serta penerapannya dalam mendukung proses dan strategi bisnis digital.
CPL-04 (Pengetahuan)	Mampu memahami konsep dan strategi bisnis digital, meliputi digital business model, e-commerce, marketplace, digital marketing, transformasi digital, dan pengembangan startup.
CPL-05 (Pengetahuan)	Mampu memahami konsep data, basis data, analitik data, dan business intelligence untuk menghasilkan informasi yang mendukung pengambilan keputusan bisnis.

CPL-07 (Keterampilan Umum)	Mampu berpikir logis, kritis, sistematis, analitis, kreatif, dan inovatif dalam mengidentifikasi serta menyelesaikan permasalahan bisnis dan sistem informasi berbasis teknologi digital.
CPL-08 (Keterampilan Umum)	Mampu berkomunikasi secara efektif, bekerja secara kolaboratif dalam tim multidisiplin, serta menyajikan gagasan, hasil analisis, dan rekomendasi bisnis digital secara profesional.
CPL-09 (Keterampilan Khusus)	Mampu melakukan analisis kebutuhan bisnis dan sistem informasi, memodelkan proses bisnis, serta merancang solusi sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan organisasi dan pengguna.
CPL-10 (Keterampilan Khusus)	Mampu merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi solusi bisnis digital berupa aplikasi, e-commerce, marketplace, atau platform digital dengan memperhatikan kebutuhan pengguna, proses bisnis, dan pengalaman pengguna.
CPL-11 (Keterampilan Khusus)	Mampu mengolah, menganalisis, memvisualisasikan, dan menginterpretasikan data bisnis dan data keuangan menggunakan teknologi informasi untuk menghasilkan informasi dan rekomendasi yang mendukung pengambilan keputusan.
CPL-12 (Keterampilan Khusus)	Mampu merancang dan mengevaluasi model bisnis digital dan startup, mengidentifikasi peluang pasar, menyusun strategi pengembangan usaha, serta memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan nilai ekonomi dan sosial.
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	**Deskripsi CPMK & Sub-CPMK Turunan**
CPMK181	**Mampu menjelaskan konsep, prinsip, kerangka, dan pendekatan strategi bisnis digital.** • **Sub-CPMK181.1**: Mampu menjelaskan konsep, prinsip, kerangka kerja, dan pendekatan strategi bisnis digital. (15.00%) • **Sub-CPMK181.2**: Mampu menjelaskan hubungan strategi digital dengan model bisnis, teknologi, pelanggan, dan ekosistem bisnis. (15.00%)
CPMK182	**Mampu menganalisis lingkungan internal dan eksternal, pasar, pelanggan, pesaing, teknologi, dan ekosistem bisnis digital sebagai dasar perumusan strategi.** • **Sub-CPMK182.1**: Mampu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bisnis digital. (15.00%) • **Sub-CPMK182.2**: Mampu menganalisis pasar, pelanggan, pesaing, teknologi, dan ekosistem sebagai dasar formulasi strategi bisnis digital. (15.00%)

CPMK183	**Mampu merumuskan strategi dan model bisnis digital serta menyusun roadmap implementasi berdasarkan hasil analisis lingkungan dan kebutuhan organisasi.** • **Sub-CPMK183.1**: Mampu merumuskan strategi bisnis digital dan model bisnis berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal. (15.00%) • **Sub-CPMK183.2**: Mampu menyusun roadmap implementasi strategi bisnis digital berdasarkan prioritas, sumber daya, dan tujuan organisasi. (15.00%)
CPMK184	**Mampu mengevaluasi strategi bisnis digital berdasarkan kinerja, risiko, perubahan lingkungan, dan penciptaan nilai serta menyusun rekomendasi strategis.** • **Sub-CPMK184.1**: Mampu mengevaluasi strategi bisnis digital berdasarkan kinerja, risiko, perubahan lingkungan, dan penciptaan nilai. (15.00%) • **Sub-CPMK184.2**: Mampu menyusun rekomendasi pengembangan strategi bisnis digital berdasarkan hasil evaluasi dan perubahan lingkungan bisnis. (15.00%)

DESKRIPSI MATA KULIAH & BAHAN KAJIAN

Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah Strategi Bisnis Digital membahas konsep, prinsip, kerangka kerja, dan penerapan strategi untuk mengembangkan serta mengelola bisnis dalam lingkungan digital. Mahasiswa diarahkan untuk memahami karakteristik bisnis digital, hubungan strategi bisnis dengan transformasi digital, serta faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan bisnis. Pembelajaran mencakup analisis lingkungan bisnis, pasar, pelanggan, pesaing, teknologi, model bisnis digital, perumusan strategi, penyusunan roadmap implementasi, serta evaluasi strategi berdasarkan indikator kinerja. Mahasiswa menggunakan berbagai perangkat analisis strategis seperti SWOT, PESTEL, Porter’s Five Forces, Business Model Canvas, Value Proposition Canvas, dan pendekatan analisis bisnis digital lainnya. Melalui studi kasus dan proyek, mahasiswa mampu menghasilkan strategi bisnis digital dan roadmap implementasi yang berbasis data, berorientasi pelanggan, inovatif, adaptif terhadap perubahan teknologi, serta mempertimbangkan aspek keberlanjutan dan etika bisnis.

Bahan Kajian (BK) / Materi Pembelajaran	1. **BK-01** - Fundamental Bisnis dan Manajemen (Bobot Min: 0.00%) - Bisnis, ekonomi, manajemen, organisasi, proses bisnis, operasi, keuangan, akuntansi 2. **BK-02** - Ekonomi Digital dan Ekosistem Bisnis (Bobot Min: 0.00%) - Ekonomi digital, digital ecosystem, platform economy, network effect, disrupsi bisnis 3. **BK-03** - Kewirausahaan dan Startup Digital (Bobot Min: 0.00%) - Entrepreneurship, digitalpreneurship, startup, lean startup, business model, venture creation 4. **BK-04** - Manajemen Strategis dan Konsultasi Bisnis (Bobot Min: 0.00%) - Strategic management, business diagnosis, problem solving, business planning, consulting 5. **BK-05** - Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen (Bobot Min: 0.00%) - Digital marketing, consumer behavior, branding, social media, SEO/SEM, CRM, customer experience 6. **BK-06** - E-Commerce, Marketplace dan Platform Digital (Bobot Min: 0.00%) - E-commerce, marketplace, digital retail, platform business, omnichannel, digital supply chain 7. **BK-09** - Teknologi dan Sistem Informasi Bisnis (Bobot Min: 0.00%) - Sistem informasi, database, cloud, web technology, API, integrasi sistem, cybersecurity 8. **BK-11** - Inovasi, Produk dan Transformasi Digital (Bobot Min: 0.00%) - Design thinking, innovation, digital product, UI/UX, agile, product management, digital transformation 9. **BK-12** - Etika, Hukum, Risiko dan Keberlanjutan Bisnis Digital (Bobot Min: 0.00%) - Etika digital, privasi data, regulasi, keamanan, risiko digital, ESG, sustainable digital business
Pustaka / Referensi	**Utama:** 1. Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019) (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.)*. Pearson. 2. Kotler, Kartajaya & Setiawan (2021) (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
Dosen Pengampu	- Laili Dimyati, S.E., M.Si (NIDN: 0210057703)

RENCANA KEGIATAN PEMBELAJARAN MINGGUAN (16 PERTEMUAN)

Mg Ke-	Sub-CPMK (Kemampuan Akhir)	Materi Pembelajaran	Bentuk & Metode Pembelajaran	Estimasi Waktu	Indikator & Assessment	Bobot (%)

1	Sub-CPMK181.1 Mampu menjelaskan konsep, prinsip, kerangka kerja, dan pendekatan strategi bisnis digital.	Konsep Dasar Strategi Bisnis Digital	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Partisipasi Mahasiswa. Indikator: mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, karakteristik, tujuan, dan ruang lingkup strategi bisnis digital dengan benar. Pengertian strategi, bisnis digital, strategi bisnis digital, karakteristik bisnis digital, perbedaan bisnis konvensional dan digital, tujuan dan manfaat strategi digital.	**3.00%**
2	Sub-CPMK181.1 Mampu menjelaskan konsep, prinsip, kerangka kerja, dan pendekatan strategi bisnis digital.	Prinsip dan Kerangka Kerja Strategi Bisnis Digital	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Analisis kasus. Indikator: ketepatan mengidentifikasi komponen strategi dan menjelaskan hubungan antar-komponen. Strategic thinking, digital strategy framework, competitive advantage, value creation, customer-centric strategy.	**3.00%**

3	Sub-CPMK181.2 Mampu menjelaskan hubungan strategi digital dengan model bisnis, teknologi, pelanggan, dan ekosistem bisnis.	Strategi Digital dan Transformasi Bisnis	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Tugas individu. Indikator: mahasiswa mampu menjelaskan hubungan teknologi, strategi digital, inovasi, dan transformasi bisnis. Digital transformation, digitalization, digital disruption, inovasi, teknologi digital dan perubahan proses bisnis.	**3.00%**
4	Sub-CPMK181.2 Mampu menjelaskan hubungan strategi digital dengan model bisnis, teknologi, pelanggan, dan ekosistem bisnis.	Tren dan Ekosistem Bisnis Digital	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Presentasi kelompok. Indikator: kemampuan mengidentifikasi dampak teknologi terhadap strategi bisnis. Platform digital, marketplace, digital ecosystem, data, AI, cloud, IoT, social commerce, omnichannel.	**3.00%**
5	Sub-CPMK182.1 Mampu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bisnis digital.	Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Lembar kerja analisis. Indikator: ketepatan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Lingkungan internal, lingkungan eksternal, sumber daya, kapabilitas, peluang, ancaman, kekuatan, kelemahan.	**3.00%**

6	Sub-CPMK182.1 Mampu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bisnis digital.	Analisis PESTEL dan Industri	Kuliah, Diskusi, Tugas	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Tugas analisis PESTEL. Indikator: ketepatan mengidentifikasi dan menjelaskan pengaruh setiap faktor terhadap bisnis. Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal; struktur industri dan persaingan.	**3.00%**
7	Sub-CPMK182.2 Mampu menganalisis pasar, pelanggan, pesaing, teknologi, dan ekosistem sebagai dasar formulasi strategi bisnis digital.	Analisis Pasar, Pelanggan, Pesaing dan Teknologi	Kuliah, Diskusi, Praktik	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Studi kasus/proyek. Indikator: ketepatan menentukan target pelanggan, kebutuhan pelanggan, pesaing, dan tren teknologi. Segmentasi, target pasar, customer persona, customer journey, competitor analysis, technological trends.	**3.00%**
8	Sub-CPMK182.2 Mampu menganalisis pasar, pelanggan, pesaing, teknologi, dan ekosistem sebagai dasar formulasi strategi bisnis digital.	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS)	Ujian / Evaluasi Terstruktur	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** UTS Evaluasi Capaian Pembelajaran Minggu 1-7	**25.00%**

9	Sub-CPMK182.2 Mampu menganalisis pasar, pelanggan, pesaing, teknologi, dan ekosistem sebagai dasar formulasi strategi bisnis digital.	Sintesis Analisis Strategis	Kuliah, Diskusi	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Tugas analisis SWOT/TOWS.Indikator: ketepatan menyusun dan menginterpretasikan hasil analisis. SWOT, TOWS, competitive advantage, strategic positioning, value proposition.	**3.00%**
10	Sub-CPMK183.1 Mampu merumuskan strategi bisnis digital dan model bisnis berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal.	Model Bisnis Digital	Kuliah, Diskusi, & Project	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Project 1 – Business Model Canvas.Indikator: kelengkapan, konsistensi, dan relevansi elemen BMC dengan target pasar. Business Model Canvas, platform business model, subscription, freemium, marketplace, e-commerce, digital service.	**3.00%**
11	Sub-CPMK183.1 Mampu merumuskan strategi bisnis digital dan model bisnis berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal.	Perumusan Strategi Bisnis Digital	Kuliah, Diskusi, & Project	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Project 2 – Rumusan Strategi.Indikator: kesesuaian strategi dengan masalah, peluang, pelanggan, dan keunggulan kompetitif. Strategic objectives, value proposition, digital marketing strategy, customer engagement, innovation strategy, competitive strategy.	**3.00%**

12	Sub-CPMK183.2 Mampu menyusun roadmap implementasi strategi bisnis digital berdasarkan prioritas, sumber daya, dan tujuan organisasi.	Perencanaan Implementasi Strategi Digital	Kuliah, Diskusi, & Project	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Project 3 – Roadmap. Indikator: roadmap memiliki tahapan, target waktu, sumber daya, indikator keberhasilan, dan prioritas yang jelas. Strategic initiatives, program kerja, sumber daya, timeline, KPI, risiko, prioritas implementasi.	**3.00%**
13	Sub-CPMK183.2 Mampu menyusun roadmap implementasi strategi bisnis digital berdasarkan prioritas, sumber daya, dan tujuan organisasi.	Implementasi, Tata Kelola dan Risiko Strategi Digital	Kuliah, Diskusi, & Studi Kasus	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Studi kasus. Indikator: kemampuan mengidentifikasi risiko dan menentukan langkah mitigasi. Governance, digital capability, human resources, cybersecurity, privacy, ethical issues, change management.	**3.00%**
14	Sub-CPMK184.1 Mampu mengevaluasi strategi bisnis digital berdasarkan kinerja, risiko, perubahan lingkungan, dan penciptaan nilai.	Evaluasi Strategi Bisnis Digital	Kuliah, Diskusi, & Project	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Project 4 – Evaluasi Strategi.Indikator: ketepatan menentukan KPI dan kemampuan menginterpretasikan hasil pengukuran. KPI, OKR, ROI, customer metrics, conversion rate, engagement, retention, task success, dashboard kinerja.	**3.00%**

15	Sub-CPMK184.2 Mampu menyusun rekomendasi pengembangan strategi bisnis digital berdasarkan hasil evaluasi dan perubahan lingkungan bisnis.	Rekomendasi dan Pengembangan Strategi Bisnis Digital	Kuliah, Diskusi, & Praktikum	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** Presentasi proyek akhir. Indikator: kualitas analisis, argumentasi, kelayakan rekomendasi, dan kemampuan komunikasi. Gap analysis, continuous improvement, strategic adaptation, inovasi berkelanjutan.	**3.00%**
16	Sub-CPMK184.2 Mampu menyusun rekomendasi pengembangan strategi bisnis digital berdasarkan hasil evaluasi dan perubahan lingkungan bisnis.	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS)	Ujian / Evaluasi Terstruktur	TM: 1x(3x50"); PT: 1x(3x60"); BM: 1x(3x60")	**Assessment:** UAS Evaluasi Capaian Pembelajaran Minggu 9-15	**35.00%**