





**INSTITUTE KEUANGAN PERBANKAN DAN INFORMATIKA PERBANAS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER

MATA KULIAH	Kode	Rumpun Mata Kuliah	BOBOT (sks)	Semester	Tgl Penyusunan
Pemasaran Digital	EKM19705	Pemasaran	3		03 Februari 2020
OTORISASI	Dosen Pengembang RPS		Koordinator MK		Ka Prodi
	 Chicilia Nova Yatna		 Nicodemus Simu, SE., MM.		
Capaian Pembelajaran (CPL)	CPL-Prodi				
	CP-MK				
	P1	Menguasai konsep teori dalam ilmu manajemen dan menerapkannya dalam berbagai tipe organisasi baik bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global.			
	K1	Mampu menyelesaikan masalah rutin fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian) dan fungsi organisasi (pemasaran, sumberdaya manusia, operasi, dan keuangan) dengan kaidah yang berlaku.			
K2	Mampu merumuskan dan mengimplementasikan rencana strategik ke dalam rencana operasional.				
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan sekaligus praktek perkembangan pemasaran secara digital. Melalui pemahaman akan teori terlebih dahulu kemudian dilengkapi dengan berbagai strategi pemasaran digital hingga praktek dalam mempergunakan berbagai alat pemasaran digital yang didukung dengan penguasaan teknologi informasi. Kelengkapan dari berbagai aspek tersebut diharapkan dapat membentuk pemahaman yang mumpuni dari mahasiswa terkait dengan pemasaran digital yang ada saat ini.				
Materi Pembelajaran/ Pokok Bahasan	1. Definisi dari pemasaran digital 2. Proses untuk membentuk ikatan dengan pelanggan (Customer engagement) 3. Strategi dan alat pemasaran yang dipergunakan dalam pemasaran digital				
Pustaka	Utama:				
	Karwal, Shivani.(2015). <i>Digital Marketing Handbook:A Guide To Search Engine Optimazation Pay Per Click,Email Marketing, Social</i>				

	<i>Media Marketing and Content Marketing eBook.CreateSpace Independent Publishing Platform.</i>	
	Pendukung:	
	Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I.(2017). <i>Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital</i> .Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama	
Media Pembelajaran	Perangkat Lunak:	Perangkat Keras:
	SEO, SEM	LCD & Projector
Team Teaching		
Mata Kuliah Prasyarat	Perencanaan dan Pengendalian Pemasaran	

MG Ke-	Sub-CP-MK (Sbg kemampuan akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1	Mahasiswa mampu : <ul style="list-style-type: none"> • Memahami evolusi pemasaran digital • Memahami konsep Pemasaran Digital •Memahami Pengertian Pemasaran Digital •Memahami konsumen Digital •Mengetahui Manfaat Pemasaran Digital 	<ul style="list-style-type: none"> •Evolusi Pemasaran Digital •Konsep Pemasaran Digital •Pengertian Pemasaran Digital, •Konsumen Digital •Manfaat Pemasaran Digital 	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Tulisan makalah • Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50’)] • Tugas 1: Memberikan contoh tahapan evolusi dari pemasaran digital 	Definisi Digital marketing	10
2	Mahasiswa mampu: <ul style="list-style-type: none"> • Memahami definisi marketing funnel • Dapat membedakan marketing funnel dengan customer journey • Tahapan dalam marketing funnel 	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi marketing funnel • Konsep marketing funnel • Konsep customer journey • Tahap dalam marketing funnel 	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi • Penguasaan materi • Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50’)] • Tugas 2:Presentasi kelompok 	Marketing Funnel	
3	Mahasiswa mampu : <ul style="list-style-type: none"> • Definisi customer engagement • Memahami hubungan digital marketing dan 	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi customer engagement • Manfaat customer engagement dalam pemasaran digital • Proses engagement 	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50’)] • Tugas 3: Presentasi kelompok 	Customer Engagement	

	<p>customer engagement</p> <ul style="list-style-type: none"> Proses membentuk engagement antara pemasar dan pelanggan 		<ul style="list-style-type: none"> Penguasaan materi Presentasi 			
4	<p>Mahasiswa mampu :</p> <ul style="list-style-type: none"> Menciptakan dan merencanakan konten Memahami cara pendistribusian konten Memahami proses penguatan konten Evaluasi konten Melakukan perbaikan terhadap konten pemasaran 	<ul style="list-style-type: none"> Penciptaan konten Perencanaan konten Pendistribusian konten Proses penguatan konten Evaluasi konten Perbaikan konten 	<p>Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan materi Penguasaan materi Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] Tugas 4: Presentasi kelompok 	Content Marketing	
5	<p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> Memahami pengertian website. Mengidentifikasi jenis-jenis website. Merancang pembuatan website, membuat website dan hosting (<i>upload</i>) 	<p>Merancang pembuatan Website terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> Pengertian Website Jenis-jenis website, Merencanakan/merancang website, 	<p>Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan materi Penguasaan materi Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] Tugas 5: Presentasi kelompok 	Website	
6	<p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> Memahami pengertian SEO. Memahami cara kerja SEO. Menggunakan Kata kunci dalam SEO. Melakukan strategi SEO. <p>Mempraktekkan penggunaan SEO on page/off page.</p>	<p>Konsep Search Engine Optimization terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> Pengertian Search Engine Optimization (SEO)/ SERP (Search Engine Result Page), Cara kerja Search Engine Optimization (SEO), Keyword dalam SEO Strategi membuat SEO, SEO on page / SEO off page 	<p>Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan materi Penguasaan materi Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] Tugas 6: Presentasi kelompok 	Search Engine Optimization (SEO)	
7	<p>Mahasiswa mampu melakukan riset sederhana mengenai peran website dan SEO dalam memasarkan produk atau layanan</p>	<p>Riset Pasar mengenai : Website dan Search Engine Optimazation</p>	<p>Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketepatan materi Penguasaan materi Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] Kuis 	Riset Pasar terkait penggunaan website dan SEO pada pemasaran produk atau layanan.	
8	Ujian Tengah Semester (UTS)					
9	Mahasiswa mampu:	Pemasaran Online Menggunakan	Kriteria:	• Kuliah & Diskusi	Social Media Marketing	

	<ul style="list-style-type: none"> • Mengerti tentang fungsi dan penggunaan media sosial. • Membedakan website biasa dengan media sosial. • Mampu mempraktekkan pemasaran melalui media sosial (facebook, twitter, linkedin, Pinterst). • Memasarkan produk menggunakan media video. • Memahami tentang viral marketing. 	<p>Media Sosial, terdiri dari:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perilaku etik dan tidak etik • Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap stakeholder • Pengertian media sosial, Pengertian Viral Marketing, • Macam-macam pemasaran melalui media sosial (facebook, linkedin, twitter, Pinterst) • Pemasaran menggunakan Media Video 	<p>Ketepatan dan penguasaan</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi • Penguasaan materi • Presentasi 	<p>[TM: 2x(2x50'')]</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tugas 9: Membuat essai mengenai peran SMM dalam promosi barang atau layanan 	(SMM)	
10	<p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memahami konsep PPC. • Memahami Optimasi cara memantau kinerja PPC. • Memahami konsep AdWords. • Mengetahui cara menggunakan AdWords. • Mengetahui konsep AdSense untuk Vlog dan Blog 	<p>Iklan Pay Per Click (PPC) terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konsep PPC, • Optimasi cara memantau kinerja PPC, • Konsep AdWords dan menggunakan Adwords. • Konsep AdSense untuk Vlog dan Blog 	<p>Kriteria:</p> <p>Ketepatan dan penguasaan</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi • Penguasaan materi • Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] • Tugas 10: Presentasi kelompok 	Pay Per Click (PPC)	
11	<p>Mahasiswa mampu :</p> <p>Mahasiswa mampu</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan pengertian iklan online. • Menyebutkan jenis-jenis iklan online. • Menjelaskan cara memasarkan iklan online • Menjelaskan model pembayaran iklan online. 	<p>Iklan Online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengertian iklan online. • Jenis-jenis iklan online. • Cara memasarkan iklan online. <p>Model pembayaran iklan online.</p>	<p>Kriteria:</p> <p>Ketepatan dan penguasaan</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi • Penguasaan materi • Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] • Tugas 11: Presentasi kelompok 	Iklan Online	
12	<p>Mahasiswa mampu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan pengertian email marketing. • Mengidentifikasi bagian-bagian surat elektronik. • Memahami etika dan klasifikasi surat elektronik . • Membuat, 	<p>Pemasaran Menggunakan Surat Elektronik (Email Marketing) terdiri dari :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengertian email marketing, • Bagian-bagian surat elektronik, • Etika dan Klasifikasi Surat Elektronik, • Membuat, mengoperasikan dan memanfaatkan surat elektronik untuk pemasaran. 	<p>Kriteria:</p> <p>Ketepatan dan penguasaan</p> <p>Bentuk non-test:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi • Penguasaan materi • Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] • Tugas 12: Presentasi kelompok 	Email Marketing: Mailchimp	

	mengoperasikan dan memanfaatkan surat elektronik untuk pemasaran.					
13	Mahasiswa mampu : <ul style="list-style-type: none"> • Menjelaskan pengertian E-Commerce • Memasarkan produk melalui penjualan online • Melakukan afiliasi mempromosikan situs E-Commerce 	Pemasaran pada E-Commerce: <ul style="list-style-type: none"> • Pengertian E-Commerce • Memasarkan produk melalui penjualan online • Afiliasi untuk mempromosikan situs E-Commerce 	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi • Penguasaan materi • Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] • Tugas 13: Presentasi kelompok 	Affiliate Marketing & E-Commerce	
14	Mahasiswa mampu : <ul style="list-style-type: none"> • Memahami konsep mobile marketing • Pull mobile marketing • Push Mobile Marketing • Klasifikasi mobile marketing • Metode mobile marketing 	Konsep Mobile Marketing : <ul style="list-style-type: none"> • konsep mobile marketing • Pull mobile marketing • Push Mobile Marketing • Klasifikasi mobile marketing • Metode mobile marketing 	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi • Penguasaan materi • Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] • Tugas 14: Presentasi kelompok 	Mobile Marketing	
15	Mahasiswa mampu melakukan riset sederhana mengenai peran social media, Pay Per Click, Blog, AdSense, Affiliate marketing dalam praktek pemasaran terkini.	Riset mengenai : <ul style="list-style-type: none"> • social media • Pay Per Click • Blog • AdSense • Affiliate marketing • Mobile Marketing 	Kriteria: Ketepatan dan penguasaan Bentuk non-test: <ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan materi • Penguasaan materi • Presentasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Kuliah & Diskusi [TM: 2x(2x50'')] • Tugas 15: Kuis 	Riset Pasar Menggunakan social media, Pay Per Click, Blog, AdSense, Affiliate marketing, Mobile Marketing	
16	Ujian Akhir Semester (UAS)					

(1) TM: Tatap muka, BT: Belajar Terstruktur, BM: Belajar mandiri;

(2) [TM: 2x(2x50'')] dibaca: kuliah tatap muka 2 kali (minggu) x 2 sks x 50 menit = 200 menit (3,33 jam);

(3) [BT+BM:(2+2)x(2x60'')] dibaca: belajar terstruktur 2 kali (minggu) dan belajar mandiri 2 kali (minggu) x 2 sks x 60 menit = 480 menit (8 jam);

(4) Mahasiswa mampu merancang penelitian dalam bentuk proposal penelitian & mempresentasikannya [C6,A2,P2]: menunjukkan bahwa Sub-CPMK ini mengandung kemampuan dalam ranah taksonomi kognitif level 2 (kemampuan merancang), afeksi level 2 (kemampuan merespon dalam diskusi), dan psikomotorik level 2 (memanipulasi gerakan tubuh dalam keterampilan presentasi);

(5) Penulisan Daftar Pustaka disarankan menggunakan salah satu standar/style penulisan pustaka internasional, dalam contoh ini menggunakan style APA;

(6) RPS: Rencana Pembelajaran Semester, RMK: Rumpun Mata Kuliah, PRODI: Program Studi.