



**Universitas Riau**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
 Program Studi S1 Administrasi Bisnis

Kode Dokumen  
**RPS-SAB 3214**

**Rencana Pembelajaran Semester**

<b>MATA KULIAH (MK)</b>	<b>KODE</b>	<b>RUMPUN MK</b>	<b>BOBOT (sks)</b>	<b>SEMESTER</b>	<b>Tanggal Penyusunan</b>
1. Business -to Business Marketing	SAB 3214		Teori : 3, Praktek : 0	6	29 Juli 2023
<b>OTORISASI/PENGESAHAN</b>	<b>Koordinator Pengembang RPS</b>		<b>Ketua Program Studi</b>		
			<b>Dr. Lie Othman, S.Pi, MM, CDMF</b>		
<b>Capaian Pembelajaran</b>	<b>CPL Prodi yang dibebankan pada MK</b>				
	S4	Berperan sebagai warga negara yang bangga dan cinta tanah air, memiliki nasionalisme serta rasa tanggungjawab pada negara dan bangsa;			
	S7	Menginternalisasi nilai, norma, dan etika akademik			
	S9	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan.			
	P2	2. Menguasai konsep teoretis secara umum terkait dengan teori-teori: kewirausahaan, inovasi sebagai bagian dari teori kreasi pengetahuan (knowledge creation), motivasi (motivation theory), perubahan (sosial dan manajemen) khususnya perilaku social dalam kewirausahaan, lintas budaya dalam organisasi bisnis, fungsi-fungsi bisnis, dan teori pemangku kepentingan			
	P5	Menguasai metodologi manajemen perubahan, metode analisis kinerja organisasi bisnis, dan metode penelitian sosial			
	P6	Menguasai prinsip dan teknik komunikasi persuasif lintas organisasi dan lintas budaya di bidang bisnis			
	KU1	Mampu menerapkan pemikiran logis, kritis, sistematis, dan inovatif dalam konteks pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora yang sesuai dengan bidang keahliannya			
	KU3	Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni;			
	KU5	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data			
	KK1	1. Mengevaluasi implikasi suatu kebijakan, keputusan, maupun strategi dengan menggunakan pendekatan analitis dan sistematis yang dituangkan dalam format evaluasi terstandar yang minimum mencakup informasi tentang metodologi evaluasi, temuan evaluasi, kesimpulan, dan rekomendasi;			

	KK2	Mengidentifikasi, menganalisis, permasalahan bisnis terstruktur (structured business) dengan menggunakan pendekatan analitis dan sistematis dan merumuskan solusi yang dapat dipertanggungjawabkan;
	<b>CPMK</b>	
	CPMK1	Mahasiswa mampu mengetahui konsep dan dasar digital bisnis (S9,P2,P6,KU1,KU5)
	CPMK2	Mahasiswa mampu memahami konsep perkembangan digital digital business dan strategi bisnis. (S7,P5,KU3,KK1,KK2)
	<b>Sub-CPMK</b>	
	SUBCPMK1	Mampu memahami peraturan dan ketentuan mata kuliah ini, Mampu Konsep Dasar Digital Bisnis (CPMK1,CPMK2)
	SUBCPMK2	Mampu memahami Komunikasi elektronik. (CPMK2)
	SUBCPMK3	Mampu mengetahui tentang infrastruktur bisnis digital (CPMK1,CPMK2)
	SUBCPMK4	Mampu memahami Memahami lingkungan bisnis secara elektronik (CPMK2)
	SUBCPMK5	Mampu memahami 6 Saluran Media Digital (CPMK1,CPMK2)
	SUBCPMK6	Mampu memahami Model Bisnis Transaksi E-Commerce. (CPMK1,CPMK2)
	SUBCPMK7	Mampu memahami tema yang dipaparkan oleh dosen tamu. (CPMK2)
	SUBCPMK9	Mampu Memahami Strategi Meraih Pasar Konsumen Potensial (CPMK2)
	SUBCPMK10	Memahami konsep supply chain management dalam bisnis digital. (CPMK1,CPMK2)
	SUBCPMK11	Mengetahui pemasaran digital (CPMK2)
	SUBCPMK12	Mengetahui konsep customer relationship management dalam bisnis digital (CPMK1,CPMK2)
	SUBCPMK13	Mampu menjelaskan analisis dan perencanaan bisnis digital (CPMK1,CPMK2)
	SUBCPMK14	Mampu mengetahui pelaksanaan dan optimasi pelayanan bisnis digital (CPMK2)
	SUBCPMK15	Mampu mengetahui pelaksanaan dan optimasi pelayanan bisnis digital (CPMK1,CPMK2)
<b>Deskripsi MK</b>		

<b>Bahan Kajian:</b> Materi Pembelajaran	1. Konsep dasar bisnis digital 2. Komunikasi elektronik.Dampak Komunikasi Elektronik Pada Bisnis Tradisional 1.Zero Moment of truth2.Inbound Marketing3.Content Marketing4.Search Marketing5.Socmed Marketing:Social NetworkingSocial KnowledgeSocial SharingSocial NewsSocial StreamingCompany user-generate and comunity 3. Infrastruktur bisnis digital 4. Lingkungan bisnis secara elektronik 5. Saluran Media Digital.1.Search engine marketing2.Online PR3.Online Partnership4.Interactive Advertising5.Opt. In email marketingSocial Media Marketing 6. Model Bisnis Transaksi E-Commerce.1.B2C ( Business to Customer)2.B2B ( Business to Business)E-goverment meliputi aplikasi teknologi e-commerce pada pemerintah dan pelayanan publik 7. Kuliah Tamu Tema Digital business 8. Strategi Meraih Pasar Konsumen Potensial.Penggunaan:1. Media Berbayar2. Media yang menghasilkan3. Kepemilikan Media 9. Konsep supply chain management dalam bisnis digital 10. Pemasaran digital 11. Konsep customer relationsip management dalam bisnis digital 12. Analisis dan perencanaan bisnis digital 13. Pelaksanaan dan optimasi pelayanan bisnis digital						
<b>Pustaka</b>	1. ref[1] : Budi Rahadjo, Starting up, 2015 (utama) 2. ref[2] : Fahrudin, MKOM., Praktikum E-Commerce (Digital Marketing), 2019 (utama) 3. ref[3] : Tim Pengembang Technoprenuer ITS, Technoprenuer, 2015 (pendukung) 4. ref[4] : Chrismi Widjajanti, SE., MBA., Membangun Bisnis di Era Industri 4.0, 2018 (utama) 5. ref[5] : Dr. Richardus Eko Indrajit, Electronic Commerce-Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya, 2002 (utama) 6. ref[6] : Wiji Nurastuti, Konsep E-Bisnis Bagi Pemula, 2008 (utama) 7. ref[7] : UU ITE (utama)						
<b>Dosen Pengampu</b>	Mandataris, DR. Meyzi Heriyanto, Dr. Okta Karneli, M.Si,						
<b>Mata Kuliah Syarat</b>							
<b>Minggu ke-</b>	<b>Sub-CPMK (sbg kemampuan akhir yg diharapkan)</b>	<b>Penilaian (indikator)</b>	<b>Penilaian (kriteria dan bentuk)</b>	<b>Bentuk &amp; Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa [Estimasi Waktu]</b>		<b>Materi Pembelajaran [Pustaka]</b>	<b>Bobot Penilaian (%)</b>
				<b>Luring</b>	<b>Daring</b>		

1	SUBCPMK1. Mampu memahami peraturan dan ketentuan mata kuliah ini, Mampu Konsep Dasar Digital Bisnis	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> Rubrik  <i>Bentuk :</i> Tes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori.</li> <li>• Diskusi dalam Kelompok.</li> <li>• [TM : 3x50 menit]</li> </ul> <i>Team Project-based method</i>	Konsep dasar bisnis digital ; <a href="#">[1,2,3,4,5,6,]</a>	3
2	SUBCPMK2. Mampu memahami Komunikasi elektronik.	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> Rubrik  <i>Bentuk :</i> Tes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori.</li> <li>• Diskusi dalam Kelompok.</li> </ul> <i>Team Project-based method</i>	Komunikasi elektronik.Dampak Komunikasi Elektronik Pada Bisnis Tradisional 1.Zero Moment of truth2.Inbound Marketing3.Content Marketing4.Search Marketing5.Socmed Marketing:Social NetworkingSocial KnowledgeSocial SharingSocial NewsSocial StreamingCompany user-generate and comunity; <a href="#">[1,2,3,4,5,6,]</a>	7
3	SUBCPMK3. Mampu mengetahui tentang infrastruktur bisnis digital	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> pedoman score  <i>Bentuk :</i> Tes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori.</li> <li>• Diskusi dalam Kelompok.</li> </ul> <i>Ceramah</i>	Infrastruktur bisnis digital; <a href="#">[1,2,3,4,5,6,]</a>	10
4	SUBCPMK4. Mampu memahami Memahami lingkungan bisnis secara elektronik	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> Rubrik  <i>Bentuk :</i> Tes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori.</li> <li>• Diskusi dalam Kelompok.</li> </ul> <i>Case-based method</i>	Lingkungan bisnis secara elektronik; <a href="#">[1,2,3,4,5,6,]</a>	10

5	SUBCPMK5. Mampu memahami 6 Saluran Media Digital	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> Rubrik  <i>Bentuk :</i> Tes	Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. Diskusi dalam Kelompok  <i>Case-based method</i>	Saluran Media Digital.1.Search engine marketing2.Online PR3.Online Partnership4.Interactive Advertising5.Opt. In email marketingSocial Media Marketing; <a href="#">[1,2,3,4,5,6,]</a>	10
6	SUBCPMK6. Mampu memahami Model Bisnis Transaksi E-Commerce.	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> rubrik  <i>Bentuk :</i> tes	• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. • Diskusi dalam Kelompok.  <i>Praktikum</i>	Model Bisnis Transaksi E-Commerce.1.B2C ( Business to Customer)2.B2B ( Business to Business)E-goverment meliputi aplikasi teknologi e-commerce pada pemerintah dan pelayanan publik ; <a href="#">[1,2,3,4,5,6,]</a>	10
7	SUBCPMK7. Mampu memahami tema yang dipaparkan oleh dosen tamu.	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> rubrik  <i>Bentuk :</i> tes	• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. • Diskusi dalam Kelompok.  <i>Ceramah</i>	Kuliah Tamu Tema Digital business; <a href="#">[1,2,3,4,5,6,]</a>	6
8	UTS / Evaluasi Tengah Semester: melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya					
9	SUBCPMK9. Mampu Memahami Strategi Meraih Pasar Konsumen Potensial	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> rubrik  <i>Bentuk :</i> tes	• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. • Diskusi dalam Kelompok.  <i>Simulasi</i>	Strategi Meraih Pasar Konsumen Potensial.Penggunaan:1. Media Berbayar2. Media yang menghasilkan3. Kepemilikan Media; <a href="#">[1,2,3,4,5,6,]</a>	5

10	SUBCPMK10. Memahami konsep supply chain management dalam bisnis digital.	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> Konsep <i>supply chain management</i> dalam bisnis digital  <i>Bentuk :</i> tes	• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. • Diskusi dalam Kelompok.  <i>Team Project-based method</i>	Konsep supply chain management dalam bisnis digital; [1,2,3,4,5,6,]	3
11	SUBCPMK11. Mengetahui pemasaran digital	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> rubrik  <i>Bentuk :</i> tes	• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. • Diskusi dalam Kelompok.  <i>Team Project-based method</i>	Pemasaran digital; [1,2,3,4,5,6,]	8
12	SUBCPMK12. Mengetahui konsep customer relationship management dalam bisnis digital	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> rubrik  <i>Bentuk :</i> tes	• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. • Diskusi dalam Kelompok.  <i>Case-based method</i>	Konsep customer relationship management dalam bisnis digital; [1,2,3,4,5,6,]	4
13	SUBCPMK13. Mampu menjelaskan analisis dan perencanaan bisnis digital	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> pedoman score  <i>Bentuk :</i> tes	• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. • Diskusi dalam Kelompok.  <i>Case-based method</i>	Konsep customer relationship management dalam bisnis digital; [1,2,3,4,5,6,]	10

14	SUBCPMK14. Mampu mengetahui pelaksanaan dan optimasi pelayanan bisnis digital	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.	<i>Kriteria :</i> rubrik  <i>Bentuk :</i> Tes	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.  <i>Ceramah</i>	Analisis dan perencanaan bisnis digital; [1,2,3,4,5,]	4
15	SUBCPMK15. Mampu mengetahui pelaksanaan dan optimasi pelayanan bisnis digital	Kemampuan menjelaskan filosofi keilmuan terkait bahan kajian/materi pelajaran melalui metode diskusi kelas dengan benar.  Buku 1,2,3,4,5,6	<i>Kriteria :</i> pedoman score  <i>Bentuk :</i> quiz	• Membuat dan mengkaji contoh penerapan teori. • Diskusi dalam Kelompok.  <i>Case-based method</i>	Pelaksanaan dan optimasi pelayanan bisnis digital; [1,2,3,4,5,]	10
16	UAS / Evaluasi Akhir Semester: melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa					