



**KONTRAK PERKULIAHAN
SEMESTER GASAL 2021/2022**

**MATA KULIAH
DIGITAL MARKETING**

**PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS PENDIDIKAN IPS DAN KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
2021**

SEMESTER GASAL 2021/2022

Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Mata Kuliah	: Digital Marketing
Dosen/Pengampu	: Aryan Eka Prastya Nugraha, S.E, M.Pd.
Jumlah SKS	: 3 Sks
Semester	: V

I. Deskripsi

Matakuliah ini menghubungkan, menjelaskan, dan penggunaan Internet dengan teori dan konsep pemasaran tradisional, dan mempertanyakan validitas model yang ada mengingat perbedaan antara Internet dan media lainnya. Serta menggambarkan model yang muncul untuk mengembangkan strategi dan memberikan contoh pendekatan yang digunakan perusahaan untuk mengintegrasikan Internet ke dalam strategi pemasaran.

II. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

Mahasiswa diharapkan mampu memahami, menjelaskan, menghubungkan, mengidentifikasi, mengevaluasi dan menilai dasar dasar pemasaran digital, strategi pengembangan pemasaran digital, dampak media digital dan teknologi pada bauran pemasaran (Marketing Mix)pemasaran dengan digital platform, pengalaman konsumen online, perencanaan kampanye untuk media digital, komunikasi pemasaran dan menggunakan saluran media digital.

III. Jadwal Perkuliahan

Pert	Capaian Pembelajaran	Bahan Kajian	Pendekatan / metode pembelajaran
1	Mahasiswa mampu memahami dasar dasar pemasaran digital	1. Pendahuluan pemasaran digital 2. Online marketplace analysis: micro environment	Ceramah plus Diskusi Penugasan mandiri
2	Mahasiswa mampu memahami dasar dasar pemasaran digital	1. The online macro-environment	<i>Online learning</i> Ceramah Diskusi Penugasan mandiri
3	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan strategi	1. Analisis situasi pemasaran digital 2. Menetapkan tujuan dan	Ceramah Diskusi Penugasan mandiri

	pengembangan pemasaran digital	sasaran untuk pemasaran digital	
4	Mahasiswa mampu memahami dan menjelaskan strategi pengembangan pemasaran digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perumusan strategi untuk pemasaran digital 2. Implementasi Strategi 	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
5	Mahasiswa mampu menjelaskan dampak media digital dan teknologi pada bauran pemasaran (Marketing Mix)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Product 2. Place 3. Price 4. Promotion 5. People, process and physical evidence 	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
6	Mahasiswa mampu menghubungkan pemasaran dengan digital platform	1. Tantangan keterlibatan pelanggan	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
7	Mahasiswa mampu menghubungkan pemasaran dengan digital platform	1. Customer lifecycle management	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
8	UTS		
9	Mahasiswa mampu menjelaskan, menentukan dan mengidentifikasi pengalaman konsumen onlien	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merencanakan desain website 2. Inisiasi project situs web 3. Menentukan persyaratan situs atau aplikasi 	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
10	Mahasiswa mampu menjelaskan, menentukan dan mengidentifikasi pengalaman konsumen onlien	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merancang pengalaman pengguna 2. Mengembangkan dan menguji konten 	<i>Online learning</i> Simulasi Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
11	Mahasiswa mampu menjelaskan, menentukan dan mengidentifikasi pengalaman konsumen onlien	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dagangan ritel online 2. Promosi situs 3. Kualitas layanan 	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri

12	Mahasiswa mampu menilai, mengidentifikasi, memahasi perencanaan kampanye untuk media digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik Media Digital 2. Penetapan sasaran dan pelacakan untuk komunikasi pemasaran interaktif 3. Insight Campaign 4. Segmentation and targeting 	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
13	Mahasiswa mampu menilai, mengidentifikasi, memahasi perencanaan kampanye untuk media digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penawaran, pengembangan pesan, dan kreatif 2. Menganggarkan dan memilih campuran media digital 3. Integrasi ke dalam jadwal atau rencana media secara keseluruhan 	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
14	Mahasiswa mampu membedakan, mengevaluasi dan menilai komunikasi pemasaran menggunakan saluran media digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Search engine marketing 2. Online public relations 3. Online partnerships including affiliate marketing 	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
15	Mahasiswa mampu membedakan, mengevaluasi dan menilai komunikasi pemasaran menggunakan saluran media digital	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interactive display advertising 2. Opt-in email marketing and mobile text messaging 3. Social media and viral marketing 4. Offline promotion techniques 	<i>Online learning</i> Diskusi Unjuk Kerja Penugasan mandiri
16	UAS		

Daftar Pustaka

- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2016). *Digital Marketing Sixth Edition*. Pearson Education Limited 2012, 2016 (print and electronic).
- Charlesworth, A. (2018). *Digital Marketing A Practical Approach Third Edition*. Routledge.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *MARKETING 4.0*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.

IV. Tugas:

Tugas sesuai dengan jadwal perkuliahan

1. Tugas Individu
2. Tugas Kelompok

V. Penilaian

1. Pembobotan Nilai:

No	Aspek yang Dinilai							Bobot nilai
	Pengetahuan		Sikap			Keterampilan		
	Ujian Harian	UAS	Absen	Etika	Tanggung Jawab	Portofolio	Unjuk Kerja	
	10 %	30 %	10 %	10 %	10 %	15 %	15 %	100 %
Nilai Akhir : $(40 \times \text{pengetahuan}) + (30 \times \text{sikap}) + (30 \times \text{keterampilan})$ 100								

2. Kriteria Penilaian Akhir

Taraf penguasaan Kemampuan %	Sebutan	Nilai Huruf	Nilai Angka
85%-100%	Sangat Baik	A	4
75%-84,9%	Antara sangat Baik dan Baik	B+	3,5
70%-74,9%	Baik	B	3
65%-69,9%	Antara Baik dan Cukup	C+	2,5
60%-64,9%	Cukup	C	2
50%-59,9%	Antara Cukup dan Kurang	D	1,5
0%-49%	Gagal	E	0

3. Tata Tertib Perkuliahan

a. Dosen

- 1) Wajib hadir tepat waktu
- 2) Terlambat > 15 menit, kuliah batal, mahasiswa tercatat hadir/ mengisi Daftar Hadir, kecuali ada kesepakatan lain antara dosen dan mahasiswa.
- 3) Siap dengan RPS dan materi
- 4) Mengisi Daftar Hadir, Jurnal Perkuliahan dan Berita Acara Perkuliahan.
- 5) Melaksanakan UTS setelah 7 (tujuh) kali pertemuan / perkuliahan
- 6) Melaksanakan UAS setelah 15 (lima belas) kali pertemuan / perkuliahan
- 7) Mengevaluasi/ mengoreksi dan mengumumkan hasil UTS dan UAS secara transparan
- 8) Menanggapi secara positif keberatan mahasiswa atas penilaian dosen
- 9) Siap dan terbuka untuk dihubungi mahasiswa dalam batas-batas kewajaran dan kesopanan, terkait dengan perkuliahan.
- 10) Berhak memberikan sanksi akademik, dan/atau administrative kepada mahasiswa yang bersikap dan/atau bertindak indisipliner dalam batas-batas kewajaran.

b. Mahasiswa.

- 1) Wajib hadir
- 2) Toleransi keterlambatan 15 menit
- 3) Kehadiran minimal 75% dari jumlah pertemuan yang dilaksanakan dosen
- 4) Kehadiran kurang dari 75% sebagai mana ketentuan no.2, mahasiswa tidak berhak mengikuti ujian akhir semester.
- 5) Ijin diperhitungkan dengan tidak hadir kecuali tugas dari lembaga; sakit berat dapat dipertimbangkan
- 6) Wajib mengisi Daftar Hadir dengan tanda tangan mahasiswa atau dosen mengisi dengan contrengh.
- 7) Wajib memenuhi semua tugas dan kewajiban yang diagendakan dosen.

- 8) Dapat mengajukan keberatan atas penilaian dosen dan menghubungi dosen untuk urusan perkuliahan dalam batas-batas kewajaran dan kesopanan.
- 9) Siap menerima sanksi akademik dan / atau administratif dari dosen atas sikap dan/atau tindakan yang indiscipliner.
- 10) Wajib memakai sepatu, berpakaian seragam sesuai peraturan, rapi dan sopan.

Hal-hal yang belum tercantum dalam Kontrak Perkuliahan ini, dan muncul selama dalam proses perkuliahan dapat diatasi/diputuskan berdasarkan kesepakatan antara dosen dan mahasiswa

Dosen Pengampu

Aryan Eka Prastya, S.E, M.Pd.

NPP: 158901497

Semarang, September 2021

Perwakilan Mahasiswa

.....

NPM:

Dekan FPIPSKR

Dr. Agus Sutono, S.Fil., M.Phil

NPP: