



Sertifikat Microcredential

Bisnis Digital, Inovasi, dan Kewirausahaan

Nomor: 1967784850-337/MSD/BLSDM.2/DL.02/08/2024



Program: Digital Talent Scholarship, Microcredential – Startup Foundation
Mata Kuliah: Digital Marketing Strategies (April - Agustus 2024)
Pengajar:
1. Sonny Rustiadi, SE., MBA., Ph.D., CBAP.
2. Dr.Siska Maya,S.E.,M.M
3. Endah Widati, S.E.,M.B.A

Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Kementerian Komunikasi dan Informatika, memberikan sertifikat kepada:

Nama: MULKAN FADHLI
Nomor Registrasi: 1967784850-337
Instansi: UIN AR-RANIRY
Predikat/Nilai: Excellent (96/100)
Kehadiran: 100% (16 pertemuan)
Periode Perkuliahan: April s.d. Agustus 2024

Jakarta, 19 Agustus 2024

Ditetapkan oleh,
Kepala Puslitbang SDP3I, Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia
Kementerian Komunikasi dan Informatika



Dr. Nusirwan, S.Ag, M.Si

LAMPIRAN: DETIL PERKULIAHAN

Keterangan Perkuliahan: *Online – Self-paced learning with instructor*

Kode	Kursus	Tujuan Pembelajaran	Capaian Pembelajaran	Jumlah SKS
M.108	<i>Digital Marketing Strategies</i>	Tujuan utama pembelajaran "Digital Marketing Strategies" adalah memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital dan bagaimana mengimplementasikannya secara efektif dalam konteks bisnis digital. Pertama, memberikan pemahaman menyeluruh tentang konsep-konsep dasar pemasaran digital, termasuk riset pasar online, segmentasi target audiens, dan pemilihan kanal pemasaran yang tepat. Dengan memahami dasar-dasar ini, peserta didik akan dapat merancang strategi pemasaran yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Selanjutnya, tujuan pembelajaran mencakup penerapan teknik dan alat-alat yang diperlukan dalam eksekusi strategi pemasaran digital. Ini melibatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengoptimalan mesin pencari (SEO), manajemen iklan online, dan penggunaan media sosial untuk membangun kehadiran merek. Peserta didik akan belajar bagaimana mengukur dan menganalisis kinerja kampanye pemasaran digital mereka, memungkinkan mereka untuk terus memperbaiki dan meningkatkan efektivitasnya. Terakhir, tujuan pembelajaran mencakup aspek strategis, dengan fokus pada pengembangan rencana pemasaran digital jangka panjang. Peserta didik akan diajak untuk merancang	1. Mampu Merancang Strategi Pemasaran Digital Terpadu: Peserta didik dapat merancang strategi pemasaran digital yang terintegrasi dan terfokus, mempertimbangkan berbagai elemen seperti riset pasar online, identifikasi target audiens, dan pemilihan media pemasaran yang tepat. 2. Penguasaan Teknik SEO dan Manajemen Iklan Online: Peserta didik memiliki pemahaman mendalam tentang teknik pengoptimalan mesin pencari (SEO) dan manajemen iklan online. Ini termasuk keterampilan dalam menyesuaikan konten untuk mesin pencari, memahami algoritma SEO terkini, serta efektif mengelola dan mengoptimalkan kampanye iklan online melalui platform seperti Google Ads dan Facebook Ads. 3. Kemampuan Mengukur dan Menganalisis Kinerja Pemasaran Digital: Capaian ini mencakup kemampuan untuk menggunakan berbagai alat analisis data dan metrik kinerja untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran digital. Peserta didik mampu menganalisis data konversi, retensi pelanggan, dan engagement untuk memahami dampak strategi pemasaran digital terhadap tujuan bisnis. 4. Penggunaan Media Sosial untuk Membangun Brand Presence: Peserta didik memiliki keterampilan dalam menggunakan media sosial untuk membangun kehadiran merek. Ini mencakup kemampuan untuk merancang kampanye kreatif, berinteraksi dengan audiens, dan mengelola konten yang menarik untuk memperkuat citra merek dalam ranah digital. 5. Pengembangan Rencana Pemasaran Jangka Panjang: Capaian ini menekankan kemampuan peserta didik untuk	3

Kode	Kursus	Tujuan Pembelajaran	Capaian Pembelajaran	Jumlah SKS
		strategi pemasaran yang terintegrasi dan berkelanjutan, mempertimbangkan perubahan tren pasar dan berbagai teknologi terkini. Dengan demikian, mereka dapat mengembangkan kemampuan untuk merespons dinamika pasar yang cepat dan mengarahkan bisnis digital mereka menuju pertumbuhan yang berkelanjutan dalam lingkungan digital yang terus berkembang.	mengembangkan rencana pemasaran digital jangka panjang yang adaptif dan responsif terhadap perubahan tren pasar dan teknologi. Peserta didik mampu memikirkan strategi pemasaran yang dapat mempertahankan keberlanjutan bisnis digital dalam jangka waktu yang lebih panjang, dengan berfokus pada inovasi dan adaptasi terhadap perubahan.	



Perkuliahan

Minggu	Topik	Deskripsi	Metode Pembelajaran
1	Introduction to Digital Marketing	- Apa itu Digital Marketing? - Transformasi Pemasaran pada Digital Marketing - Digital Marketing Ecosystem - Tujuan & Strategi Digital Marketing - Tantangan dalam mengembangkan dan mengelola praktik Digital Marketing	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
2	Proses Digital Marketing Strategies	- Proses Strategi Pemasaran - Proses Strategi Pemasaran Digital - Kerangka Kerja Strategi Pemasaran Digital	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
3	Analisis Lingkungan	- Jenis Lingkungan Bisnis : Lingkungan Makro dan Mikro - Analisis Lingkungan Bisnis : - Analisisi Lingkungan Makro: PESTLE atau Threat & Opportunity Matrix - Analisis Lingkungan Mikro: Analisis Pesaing, Analisis Konsumen, Analisis Permintaan , Strenght & Weakness Matrix	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
4	Customer Analysis dan Value Proposition	- Segmentation, Targeting & Positioning - Market Segmenting - Jenis-jenis segmentasi pasar - Market Positioning - Targeting – Customer Persona - Positioning dalam strategi advertising - Analisis TAM SAM SOM	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi Projek Praktik
5	Digital Marketing Mix - 10P's	- Product - Price & Cost - Place & Time - Promotion & Education - Process - People - Physical Evidance - Performance - Partnership - Purpose	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi

Minggu	Topik	Deskripsi	Metode Pembelajaran
6	Digital Branding & Campaign	- Branding Identity - Strategi Branding & Campaign - Influencer Marketing - Community Building	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
7	Customer Decision Journey (5A)	- Apa itu CDJ? - Elemen CDJ - Kerangka Kerja CDJ	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
8	Mid Test	Mid Test	Multiple Choice
9	Cetak Biru Layanan	- Apa itu Cetak Biru Layanan? - Peran & Fungsi Cetak Biru Layanan - Merencanakan dan menentukan desain layanan - Mengembangkan dan memvalidasi solusi pelanggan paripurna	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
10	Customer Development Program	- Peran CDP - Komponen CDP - Merancang CDP - Evaluasi CDP	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
11	Theory & Practice in Customer Data Platform	- Konsep & Teori Customer Data Platform - Manfaat Customer Data Platform - Proses Customer Data Platform - Tantangan Customer Data Platform Note: Tugas Praktik	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi Projek Praktik
12	Customer Relationship Management	- Pengenalan CRM - Strategi & Teknik CRM - Teknologi CRM - Penerapan CRM dalam Industri - Etika & Praktik Terbaik CRM	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
13	AI in Digital Marketing	- Pengenalan AI & Digital Marketing - Jenis-jenis AI dalam Digital Marketing - Penerapan AI dalam Digital Marketing - Praktik & Implementasi AI - Evaluasi & Pengukuran Keberhasilan	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi

Minggu	Topik	Deskripsi	Metode Pembelajaran
14	Mengelola Risiko Reputasi organisasi dalam Lingkungan Daring	- Definisi Risiko - Jenis-jenis risiko usaha, - Model Manajemen Risiko - Risiko Internal & Risiko Eksternal - Risiko reputasi - Mengelola Risiko Reputasi	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
15	Course Recap & Exam Preparation	- Pembahasan soal dan diskusi sertifikasi	Kegiatan Belajar Mandiri, Diskusi
16	Final Test	Post-Test/Capstone Project/Sertifikasi	Multiple Choice & Essay/Presentasi/Laporan Proyek



Nilai

No	Ujian	Nilai
1	Mid-Tes	97
2	Final-Tes	94,4

Tugas/Proyek

No	Tugas/Proyek	Deskripsi	Nilai
1	-	-	-
2	-	-	-

Sertifikasi Pendamping

- N/A



Pertemuan

Minggu ke-	Kehadiran
1	Menghadiri
2	Menghadiri
3	Menghadiri
4	Menghadiri
5	Menghadiri
6	Menghadiri
7	Menghadiri
8	Mid-Test: Menghadiri
9	Menghadiri
10	Menghadiri
11	Menghadiri
12	Menghadiri
13	Menghadiri
14	Menghadiri
15	Menghadiri
16	Final Test: Menghadiri

Rubrik:

40% Mid+50% Final+Absensi

Excellent (E)	:	- Nilai akhir lebih dari 90. - Dapat dikonversi untuk 3.51 – 4.00. - Peserta dianggap mencapai pemahaman konsep yang sangat baik, memiliki keterampilan yang sangat baik, dan mampu menerapkan pengetahuan tersebut secara kreatif dan efektif.
Good (G)	:	- Nilai akhir antara 81 - 90. - Dapat dikonversi untuk 3.01 – 3.50. - Peserta dianggap memiliki pencapaian yang baik, memiliki pemahaman konsep yang baik, keterampilan yang baik, dan mampu menerapkan pengetahuan dengan baik dalam konteks yang diberikan.
Satisfactory (S)	:	- Nilai akhir antara 71 - 80. - Dapat dikonversi untuk 2.75 – 3.00. - Peserta dianggap memiliki tingkat pencapaian yang memadai, mencapai pemahaman dasar tentang konsep-konsep yang diajarkan, meskipun mungkin masih memerlukan pengembangan lebih lanjut.
Poor (P)	:	- Nilai akhir antara 61 - 70. - Dapat dikonversi untuk 2.50 – 2.74. - Peserta dianggap memiliki tingkat kinerja yang kurang memuaskan. Peserta mungkin mengalami kesulitan dalam memahami materi atau menerapkan keterampilan yang dibutuhkan, dan perlu melakukan perbaikan.
Failed (F)	:	- Nilai akhir di bawah 60. - Peserta tidak memenuhi standar yang ditetapkan.

Pengecekan Sertifikat:

1. Akses <https://digitalent.kominfo.go.id/cek-sertifikat>
2. Cek keaslian sertifikat dengan menggunakan **nomor registrasi** pelatihan yang tertera di sertifikat atau yang di kotak merah.



3. Klik “VALIDASI SERTIFIKAT”

Validasi e-Sertifikat Kelulusan

Silahkan periksa validitas e-sertifikat (hanya berlaku untuk e-sertifikat yang terbit mulai tahun 2023)

☐ I'm not a robot 
reCAPTCHA
Privacy - Terms

VALIDASI SERTIFIKAT



digitalent