

Manajemen Digital Marketing dan Kewirausahaan

Mata kuliah Manajemen Digital Marketing dan Kewirausahaan membekali mahasiswa dengan pemahaman strategis dan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usaha dan inovasi di bidang pendidikan Islam. Kajian mencakup konsep pemasaran digital, branding, perilaku konsumen, serta pengembangan jiwa kewirausahaan berbasis nilai-nilai Islam. Mahasiswa diharapkan mampu merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi strategi bisnis dan pemasaran digital secara efektif dalam konteks lembaga pendidikan maupun usaha mandiri.

Course Learning Outcomes (CLO) :

- 1) Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dasar Manajemen Digital Marketing dan Kewirausahaan dalam perspektif manajemen pendidikan Islam.
- 2) Mahasiswa mampu menganalisis peluang usaha dan strategi pemasaran digital pada lembaga pendidikan atau bisnis berbasis Islam.
- 3) Mahasiswa mampu merancang model bisnis dan strategi digital marketing yang inovatif dan aplikatif.
- 4) Mahasiswa mampu mengimplementasikan dan mengevaluasi program kewirausahaan berbasis teknologi secara profesional dan etis.

Materi Pokok

Pertemuan ke	Materi Pokok	Integrasi Penelitian dan PKM
1	Pengantar Digital Marketing & Kewirausahaan	Sopidi, S., Nurlela, N., Wawan Shofwani, & Nani Kurniasari. (2026). Implementation of the CINTA Curriculum Through Managerial Supervision to Enhance Madrasah Quality and Culture. KASTA : Jurnal Ilmu
2	Konsep dasar pemasaran digital	
3	Perilaku konsumen digital	
4	Branding dan positioning	
5	Content marketing & copywriting	

6	Social media marketing	Sosial, Agama, Budaya Dan Terapan, 6(1), 221–238. https://doi.org/10.58218/kasta.v6i1.2596
7	E-commerce dan platform bisnis digital	
8	UTS (Ujian Tengah Semester)	
9	Konsep dasar kewirausahaan Islami	
10	Model bisnis (Business Model Canvas)	
11	Inovasi dan kreativitas usaha	
12	Manajemen keuangan usaha	
13	Strategi pemasaran terpadu	
14	Implementasi proyek bisnis	
15	Presentasi proyek bisnis digital	
16	UAS (Ujian Akhir Semester)	

Referensi

Utama :

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

Pendukung :

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage.
Kingsnorth, S. (2019). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing* (2nd ed.). Kogan Page.