RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

A. Identitas Mata Kuliah

1. Nama Program Studi : Manajemen S-1
2. Nama dan Kode Mata Kuliah : E-Commerce
3. Semester : 6 (Enam)
4. SKS : 2 SKS
5. Nama Dosen Pengampu :

B. Capaian Pembelajaran Lulusan

1. Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila (S3)
2. Bekerja sama dan memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkunga (S6)
3. 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 (KU1)
4. Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan 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, menyusun deskripsi saintifik hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas akhir, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi (KU3)
5. Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data (KU5)
6. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat baik di dalam maupun di luar lembaganya (KU6)
7. Mampu menganalisis konsep pemasaran digital (P1)
8. Mampu Menyusun rencana aktifitas dalam pemasaran digital (P6)
9. Mampu mengaplikasikan bidang keahlian pada pemasaran digital (P9)
10. Mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni pada digital marketing dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi (P10)

11. Mampu menganalisis konsep pengelolaan anggaran dan sumber daya organisasi untuk kebutuhan SDM serta mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi dan atau seni pada bidang SDM dalam penyelesaian masalah serta mampu beradaptasi terhadap situasi yang dihadapi (P20)
12. Mampu memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam bidang perkreditan (P30)
13. Mampu menganalisis pelanggan yang mampu membina hubungan dengan pelanggan (P39)
14. Mampu menganalisis berbagai alternative platfom digital untuk mengembangkan bisnis kewirausahaan (P40)

C. Capaian Pembelajaran Mata Kuliah

Setelah menyelesaikan mata kuliah ECommerce, Mahasiswa mampu mengembangkan kemampuan mengenai pengertian E-commerce, mengerti system perdagangan berbasis internet dan dapat menerapkannya dengan benar

D. Deskripsi Rencana Pembelajaran

Minggu Ke	Pertemuan Ke	Teknik Pembelajaran (Daring/Luring)	Kemampuan Akhir yang Diharapkan	Bahan Kajian (Materi)	Metode Pembelajaran	Alokasi Waktu	Pengalaman Pembelajaran	Penilaian		
								Kriteria/ Indikator	Bentuk/ Teknik	Bobot
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1	Daring/Luring	Menganalisis komponen utama E-Commerce	Pengantar E-Commerce	Ceramah, diskusi	2 x 50 menit	Membaca referensi dan diskusi kelompok	Kriteria: Pemahaman konsep dasar E-Commerce Bentuk: Tugas individu Bobot: 10%	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	10%

2	2	Daring/Luring	Mengelompokkan fungsi-fungsi E-Commerce	Fungsi dan Kegunaan E-Commerce	Ceramah, studi kasus	2 x 50 menit	Analisis studi kasus penggunaan E-Commerce	Kriteria: Analisis fungsi E-Commerce Bentuk: Tugas kelompok Bobot: 10%	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
3	3	Daring/Luring	Membandingkan efektivitas berbagai model bisnis	Proses Bisnis dan Model Bisnis E-Commerce	Diskusi, presentasi	2 x 50 menit	Presentasi model bisnis E-Commerce	Kriteria: Pemahaman model bisnis Bentuk: Presentasi Bobot: 10%	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
4	4	Daring/Luring	Mengklasifikasikan perbedaan B2C vs B2B	Model Bisnis E-Commerce (B2C vs B2B)	Ceramah, studi kasus	2 x 50 menit	Simulasi perbedaan B2C dan B2B	Kriteria: Analisis perbedaan model bisnis Bentuk: Laporan analisis Bobot: 10%	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
5	5	Daring/Luring	Mengevaluasi keamanan dan efisiensi setiap tahapan	Proses Transaksi di E-Commerce	Diskusi, demonstrasi	2 x 50 menit	Simulasi transaksi E-Commerce	Kriteria: Pemahaman transaksi Bentuk: Tugas praktik Bobot: 10%	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%

6	6	Daring/Luring	Mengidentifikasi risiko keamanan transaksi di Ecommerce	Transaksi E-Commerce yang Aman	Diskusi, studi kasus	2 x 50 menit	Analisis studi kasus keamanan transaksi	Kriteria: Evaluasi keamanan transaksi Bentuk: Laporan studi kasus	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
7	7	Daring/Luring	Menganalisis rantai pasok di E Commerce	Manajemen Supply Chain di E-Commerce	Ceramah, diskusi	2 x 50 menit	Simulasi rantai pasok dalam E-Commerce	Kriteria: Analisis supply chain Bentuk: Diskusi kelompok	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
8			UTS							25%
9	8	Daring/Luring	Mampu merancang toko online di marketplace	Perencanaan Toko Online di Marketplace	Demonstrasi, praktik	2 x 50 menit	Praktik pembuatan toko online	Kriteria: Rancangan toko online Bentuk: Proyek individu	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
10	9	Daring/Luring	Membuat konten untuk toko online	Pembuatan Konten Toko Online	Diskusi, praktik	2 x 50 menit	Pembuatan konten promosi toko online	Kriteria: Kualitas konten Bentuk: Tugas individu	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%

11	10	Daring/Luring	Menguraikan komponen e-procurement dalam E-Commerce	E-Procurement dalam Toko Online	Ceramah, studi kasus	2 x 50 menit	Diskusi dan analisis e-procurement	Kriteria: Pemahaman e-procurement Bentuk: Laporan kelompok	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
12	11	Daring/Luring	Mampu mengoptimalkan toko online	Optimalisasi E-Commerce	Demonstrasi, praktik	2 x 50 menit	Simulasi optimasi toko online	Kriteria: Strategi optimasi Bentuk: Tugas praktik	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
13	12	Daring/Luring	Menganalisis berbagai strategi pemasaran E Commerce	Strategi Pemasaran Digital E-Commerce	Diskusi, studi kasus	2 x 50 menit	Analisis strategi pemasaran toko online	Kriteria: Pemahaman pemasaran digital Bentuk: Tugas kelompok	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
14	13	Daring/Luring	Mengevaluasi kinerja toko online	Evaluasi Kinerja Toko Online	Diskusi, praktik	2 x 50 menit	Praktik evaluasi performa toko online	Kriteria: Analisis evaluasi kinerja Bentuk: Laporan evaluasi	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%

15	14	Daring/Luring	Mengidentifikasi solusi permasalahan dan memberikan feedback di E-commerce	Solusi Permasalahan dan Feedback	Ceramah, diskusi	2 x 50 menit	Simulasi pemecahan masalah dalam E-Commerce	Kriteria: Kemampuan memberikan solusi Bentuk: Tugas refleksi	Tugas(20%) Kuis (20%) UTS (25%) UAS (25%)	5%
16		Daring/Luring	UAS							25%

Komponen Penilaian	**Bobot**
Kehadiran dan Partisipasi	10%
Tugas Individu	20%
Tugas Kelompok	20%
Ujian Tengah Semester (UTS)	25%
Ujian Akhir Semester (UAS)	25%

E. Referensi

1. Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice (6th ed.).* Pearson Education.
2. Hermawan Kartajaya. (2010). *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit.* Wiley.
3. Hermawan Kartajaya. (2010). *New Wave Marketing.* Gramedia Pustaka Utama.
4. Kotler, P. (2009). *Marketing Management.* Pearson Prentice Hall.
5. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-Commerce 2020: Business, Technology, and Society (16th ed.).* Pearson.
6. Schneider, G. (2004). *E-Commerce: The Second Wave.* Course Technology.
7. Schneider, G. P. (2004). *Electronic Commerce.* Course Technology.

8. Turban, E., Pollard, C., Wood, G., & Galliers, R. D. (2018). *Information Technology for Management: On-Demand Strategies for Performance, Growth and Sustainability (11th ed.).* Wiley.
9. We Are Social & Hootsuite. (2023). *Digital 2023: Indonesia.* [Laporan Digital Tahunan].

Ketua Kelompok Bidang Keahlian	Koordinator Bidang Pendidikan dan Pengajaran	Ketua Program Studi
Dibuat Oleh : **Suworo, S.Si., M.M.** **NIDN : 0430017206**	**Diperiksa Oleh :** **Aris Ariyanto, S.E., M.M.** **NIDN : 0405107905**	**Disetujui oleh :** **Effriyanti, S.E., Akt., M.Si., CA.** **NIDN : 0003047701**