

Identitas Mata Kuliah	NAMA MK	KODE MK	RUMPUN MATA KULIAH	BOBOT(SKS)		SEMESTER	Direvisi
	E - Bussines	6SIMKK359	Teknik	3	SKS	6	23/08/2025
Otoritas	Pengembang RPS			Ketua Kelompok Keahlian		Ka PRODI	
	TIM Microteaching			TIM Microteaching		Dr. Army Trilidia D, S.Kom,M.Pd.T	
Deskripsi Mata Kuliah	<p>Mata kuliah E-Business mengkaji secara komprehensif konsep, model, teknologi, dan strategi bisnis yang memanfaatkan internet dan teknologi digital untuk menciptakan nilai tambah bagi organisasi. Mata kuliah ini mencakup evolusi e-business dan e-commerce, model bisnis digital (B2C, B2B, C2C, B2G), arsitektur dan infrastruktur e-business, pengembangan toko online dan platform e-commerce (Shopify, WooCommerce), payment gateway dan sistem pembayaran digital, strategi omnichannel dan multichannel, manajemen rantai pasok digital (digital SCM), customer relationship management digital, analitik e-business (web analytics, conversion optimization), keamanan dan kepercayaan dalam e-business, regulasi e-commerce di Indonesia, serta tren e-business modern (social commerce, live commerce, metaverse commerce). Mahasiswa akan membangun dan mengelola toko online sebagai proyek akhir.</p> <p>The E-Business course comprehensively examines business concepts, models, technologies, and strategies that utilize the internet and digital technologies to create added value for organizations. This course covers the evolution of e-business and e-commerce, digital business models (B2C, B2B, C2C, B2G), e-business architecture and infrastructure, online store development and e-commerce platforms (Shopify, WooCommerce), payment gateways and digital payment systems, omnichannel and multichannel strategies, digital supply chain management (digital SCM), digital customer relationship management, e-business analytics (web analytics, conversion optimization), security and trust in e-business, e-commerce regulations in Indonesia, and modern e-business trends (social commerce, live commerce, metaverse commerce). Students will build and manage an online store as a final project.</p>						
Capaian Pembelajaran Lulusan & Capaian Pembelajaran Mata Kuliah	Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL) PRODI						
	CPL04	Memiliki kompetensi untuk menganalisis persoalan computing yang kompleks untuk mengidentifikasi solusi pengelolaan proyek teknologi bidang informatika.					
	CPL05	Menguasai konsep teoritis bidang pengetahuan Ilmu Komputer/Informatika dalam mendesain dan mensimulasikan aplikasi teknologi multi-platform.					

	CPL08	Kemampuan mengimplementasi kebutuhan computing dengan mempertimbangkan berbagai metode/algorithm yang sesuai.					
	CPL10	Kemampuan mendesain, mengimplementasi dan mengevaluasi solusi berbasis computing multi-platform yang memenuhi kebutuhan computing pada sebuah organisasi.					
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)				CPL yang di dukung		
	CPMK 201	Mahasiswa mampu memahami konsep, model bisnis, dan arsitektur e-business serta mengidentifikasi peluang bisnis digital yang relevan.			CPL04,CPL05		
	CPMK 202	Mahasiswa mampu membangun platform e-commerce fungsional menggunakan tools modern dan mengintegrasikan payment gateway serta sistem pembayaran digital.			CPL05,CPL08		
	CPMK 203	Mahasiswa mampu menerapkan strategi omnichannel, manajemen SCM digital, CRM digital, dan menganalisis kinerja e-business menggunakan analytics.			CPL04,CPL05,CPL10		
	CPMK 204	Mahasiswa mampu memahami keamanan e-business, regulasi e-commerce Indonesia, dan merancang strategi e-business yang komprehensif dan berkelanjutan.			CPL04,CPL05,CPL10		
Penilaian	Id CPMK	Bobot per Bentuk Penilaian					TOTAL BOBOT PER CPMK
		Tugas 1	Tugas 2	Tugas 3	Proyek 1	Proyek 2	
	CPMK 201	20%	10%	-	-	-	30%
	CPMK 202	-	10%	10%	5%	-	25%
	CPMK 203	-	-	10%	5%	-	15%
	CPMK 204	-	-	-	-	15%	15%
	-	-	-	-	5%	10%	15%
	Total per penilaian	20%	20%	20%	15%	25%	100%
Pustaka	Utama:						
	<ol style="list-style-type: none"> Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). Management Information Systems (17th ed.). Hoboken: Pearson. Turban, E., Outland, J., King, D., Lee, J. K., Liang, T. P., & Turban, D. C. (2022). Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective (9th ed.). New York: Springer. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Hoboken: Pearson. Shopify Inc. (2024). Shopify Partner Documentation. shopify.dev. 						
	Pustaka Pendukung:						
	<ol style="list-style-type: none"> Strauss, J., & Frost, R. (2021). E-Marketing (8th ed.). Hoboken: Pearson. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Rulers of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Artificial Intelligence. Business 						

	Horizons. 3. Kementerian Perdagangan RI. (2023). Panduan Hukum E-Commerce Indonesia. Jakarta: Kemendag. 4. Google Analytics & Meta Business. (2024). E-Commerce Analytics Guide. analytics.google.com.	
Media Pembelajaran	Software: Shopify (toko online); WooCommerce/WordPress; Midtrans/Xendit (payment); Google Analytics 4; Meta Business Suite; Canva; VS Code; Zoom/Meet	Hardware : Komputer/Laptop (min. RAM 8GB); LCD Projector; Whiteboard; Smartphone; Akses Internet
	TIM Microteaching	
Team Teaching		
Matakuliah Syarat		
Ambang Batas Kelulusan Mahasiswa	50.01	
Ambang Batas Kelulusan MK	85.00%	

Minggu Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub- CPMK)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran; Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa; [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Teknik	Luring(5)	Daring(6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Mahasiswa mampu memahami evolusi, konsep dasar, dan	1.1 Menelusuri evolusi e-commerce dari Web 1.0 hingga Web 3.0	Keaktifan diskusi Ketepatan pemahaman ekosistem e-commerce	Ceramah; Diskusi ekosistem e-commerce; Analisis platform [TM:	Video evolusi e-business; Kuis konsep dasar [BM: 3x60']	Evolusi E-Commerce Web 1.0-3.0; E-Commerce vs E-Business vs M-Commerce;	-

	ekosistem e-business di Indonesia (CPMK 201)	1.2 Membedakan e-commerce, e-business, dan m-commerce 1.3 Mengidentifikasi ekosistem e-commerce Indonesia: Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak 1.4 Menganalisis faktor pendorong pertumbuhan e-commerce di Indonesia	Indonesia	3x50'		Ekosistem Indonesia; Faktor Pertumbuhan [Pustaka Utama 1, 2]	
2	Mahasiswa mampu menganalisis model bisnis digital dan revenue model e-business (CPMK 201)	2.1 Menganalisis model B2C, B2B, C2C, B2G, dan D2C dengan contoh nyata 2.2 Memahami revenue model: subscription, freemium, marketplace, advertising 2.3 Menggunakan Business Model Canvas untuk e-business 2.4 Mengidentifikasi peluang model bisnis digital baru di Indonesia	Kualitas analisis model bisnis digital Kemampuan merancang BMC untuk e-business	Ceramah; Workshop analisis model bisnis; BMC e-business [TM: 3x50']	Video model bisnis digital; Latihan BMC e-business [BM: 3x60']	Model B2C, B2B, C2C, B2G, D2C; Revenue Model: Subscription, Freemium, Marketplace; BMC E-Business [Pustaka Utama 2, 3]	-
3	Mahasiswa mampu membangun toko online menggunakan Shopify (CPMK 202)	3.1 Mendaftarkan dan mengkonfigurasi toko Shopify 3.2 Mengelola produk, kategori, dan inventori di Shopify 3.3 Mengkustomisasi tema dan tampilan toko online 3.4 Mengkonfigurasi pengiriman dan pajak untuk pasar Indonesia	Tugas 1: Toko online Shopify yang fungsional dan menarik Rubrik: konfigurasi lengkap, tampilan profesional, produk, pengiriman	Ceramah; Live coding Shopify; Workshop setup toko [TM: 3x50']	Tugas 1: Setup toko Shopify [BM: 3x60']	Setup & Konfigurasi Shopify; Manajemen Produk & Inventori; Kustomisasi Tema; Pengiriman & Pajak Indonesia [Pustaka Utama 4]	Tugas 1 (20%)
4	Mahasiswa mampu mengintegrasikan payment gateway	4.1 Mengintegrasikan payment gateway lokal: Midtrans, Xendit, DOKU	Kualitas integrasi payment gateway di toko online	Ceramah; Workshop integrasi Midtrans; Demo QRIS [TM: 3x50']	Tutorial Midtrans; Latihan sandbox payment [BM: 3x60']	Payment Gateway: Midtrans, Xendit; E-Wallet & QRIS; Settlement &	-

	dan sistem pembayaran digital (CPMK 202)	4.2 Mengkonfigurasi metode pembayaran: transfer bank, e-wallet, QRIS, kartu kredit 4.3 Memahami proses settlement dan rekonsiliasi pembayaran 4.4 Mengimplementasikan keamanan transaksi: SSL, 3D Secure, fraud detection	Ketepatan konfigurasi multi-payment method			Rekonsiliasi; SSL & 3D Secure [Pustaka Utama 2, Pendukung 3]	
5	Mahasiswa mampu mengembangkan strategi omnichannel dan integrasi marketplace (CPMK 203)	5.1 Menjelaskan perbedaan multichannel dan omnichannel commerce 5.2 Mengintegrasikan toko online dengan marketplace: Tokopedia, Shopee API 5.3 Mengelola stok dan pesanan secara terpusat di semua channel 5.4 Membangun pengalaman pelanggan yang konsisten lintas channel	Kualitas strategi omnichannel yang dirancang Kemampuan mengintegrasikan multi-channel penjualan	Ceramah; Workshop integrasi marketplace; Demo omnichannel [TM: 3x50']	Video omnichannel; Latihan integrasi marketplace [BM: 3x60']	Multichannel vs Omnichannel; Integrasi Marketplace API; Manajemen Stok Terpusat; Customer Experience Konsisten [Pustaka Utama 2, 3]	-
6	Mahasiswa mampu mengelola digital supply chain dan logistik e-commerce (CPMK 203)	6.1 Memahami manajemen rantai pasok digital end-to-end 6.2 Mengintegrasikan sistem logistik: JNE, J&T, SiCepat API 6.3 Mengelola fulfillment: pick, pack, ship, return 6.4 Mengoptimasi biaya pengiriman dan customer satisfaction	Tugas 2: Perancangan digital SCM untuk toko online Rubrik: alur SCM, integrasi logistik, fulfillment, analisis biaya	Ceramah; Workshop digital SCM; Demo integrasi logistik [TM: 3x50']	Tugas 2: Desain digital SCM e-commerce [BM: 3x60']	Digital Supply Chain End-to-End; Integrasi Logistik API; Fulfillment: Pick, Pack, Ship; Return Management [Pustaka Utama 2, Pendukung 4]	Tugas 2 (10%)
7	Mahasiswa mampu menerapkan CRM digital dan customer experience	7.1 Memahami customer lifecycle dalam e-commerce: acquisition, activation,	Kualitas strategi CRM digital Kemampuan merancang program loyalitas digital	Ceramah; Workshop CRM e-commerce; Demo email marketing [TM: 3x50']	Video CRM digital; Persiapan UTS [BM: 3x60']	Customer Lifecycle E-Commerce; Email Marketing & Automation; Reputasi Online; Program	Tugas 3 (10%)

	management (CPMK 203)	retention 7.2 Mengimplementasikan email marketing dan marketing automation 7.3 Mengelola ulasan pelanggan dan reputasi online 7.4 Membangun program loyalitas pelanggan digital				Loyalitas Digital [Pustaka Utama 3, Pendukung 1]	
8	UJIAN TENGAH SEMESTER (UTS) Evaluasi CPMK 201, CPMK 202, dan CPMK 203	Ketepatan jawaban UTS mencakup materi Pertemuan 1-7	Ujian tulis & praktik Shopify terjadwal Rubrik: model bisnis, Shopify, payment, omnichannel, SCM, CRM	Ujian Tulis & Praktik [TM: 3x50']	-	Review komprehensif materi Pertemuan 1 s.d. 7	Proyek 1 (5%)
9	Mahasiswa mampu menganalisis kinerja e-business menggunakan web analytics (CPMK 203)	9.1 Mengkonfigurasi dan menggunakan Google Analytics 4 untuk e-commerce 9.2 Menganalisis metrik utama: traffic, conversion rate, AOV, ROAS, LTV 9.3 Membuat laporan analitik dan dashboard e-commerce 9.4 Melakukan A/B testing untuk optimasi konversi (CRO)	Kualitas analisis analytics e-commerce Kemampuan membuat dashboard dan interpretasi metrik	Ceramah; Workshop GA4; Demo A/B testing [TM: 3x50']	Tutorial GA4 e-commerce; Latihan CRO [BM: 3x60']	Google Analytics 4 untuk E-Commerce; Metrik: CR, AOV, ROAS, LTV; Dashboard Analytics; A/B Testing & CRO [Pustaka Utama 3, Pendukung 4]	-
10	Mahasiswa mampu memahami keamanan e-business dan perlindungan data pelanggan (CPMK 204)	10.1 Mengidentifikasi ancaman keamanan e-commerce: carding, phishing, account takeover 10.2 Menerapkan PCI DSS compliance untuk toko online 10.3 Memahami UU PDP dan penerapannya pada platform e-commerce 10.4 Membangun kepercayaan pelanggan:	Tugas 3 (lanjutan): Audit keamanan dan kepatuhan e-commerce Rubrik: identifikasi risiko, PCI DSS, UU PDP, trust signals	Ceramah; Workshop keamanan e-commerce; Demo PCI DSS [TM: 3x50']	Tugas 3: Audit keamanan e-commerce [BM: 3x60']	Ancaman E-Commerce; PCI DSS Compliance; UU PDP untuk E-Commerce; Trust Signals & Sertifikasi Keamanan [Pustaka Utama 2, Pendukung 3]	Tugas 3 (10%)

		trust signals dan sertifikasi keamanan					
11	Mahasiswa mampu memahami regulasi e-commerce Indonesia dan aspek hukum bisnis digital (CPMK 204)	11.1 Memahami regulasi e-commerce Indonesia: PP 71/2019, OJK, Kemendag 11.2 Memahami perpajakan e-commerce: PPh dan PPN transaksi digital 11.3 Mengkaji perlindungan konsumen dalam e-commerce: UU No. 8/1999 11.4 Memahami dispute resolution dalam transaksi e-commerce	Kualitas analisis regulasi e-commerce Indonesia Kemampuan mengidentifikasi kewajiban hukum bisnis digital	Ceramah; Diskusi regulasi; Studi kasus hukum e-commerce [TM: 3x50']	Dokumen regulasi e-commerce; Kuis hukum bisnis digital [BM: 3x60']	Regulasi E-Commerce Indonesia: PP 71/2019; Perpajakan Digital: PPh & PPN; UU Konsumen; Dispute Resolution [Pustaka Utama 2, Pendukung 3]	-
12	Mahasiswa mampu memahami social commerce dan live commerce (CPMK 204)	12.1 Menjelaskan konsep social commerce di Instagram, TikTok, dan Pinterest 12.2 Menerapkan TikTok Shop dan Instagram Shopping untuk bisnis 12.3 Merancang konten dan strategi live streaming commerce 12.4 Menganalisis metrik social commerce: engagement, conversion, GMV	Kualitas strategi social commerce dan live commerce Kemampuan menganalisis metrik social commerce	Ceramah; Workshop TikTok Shop; Demo live commerce [TM: 3x50']	Tutorial TikTok Shop; Latihan konten live commerce [BM: 3x60']	Social Commerce: Instagram, TikTok, Pinterest; TikTok Shop & Instagram Shopping; Live Commerce; Metrik GMV [Pustaka Utama 3, Pendukung 1]	-
13	Mahasiswa mampu memahami cross-border e-commerce dan ekspansi global (CPMK 204)	13.1 Menganalisis peluang dan tantangan cross-border e-commerce 13.2 Memahami regulasi ekspor-impor digital dan bea cukai 13.3 Mengkaji platform global: Amazon, eBay, Alibaba untuk UMKM Indonesia 13.4 Mengelola mata	Kualitas analisis cross-border e-commerce Kemampuan merancang strategi ekspansi global	Ceramah; Workshop cross-border; Demo Amazon Seller [TM: 3x50']	Tutorial Amazon Seller; Latihan cross-border analysis [BM: 3x60']	Cross-Border E-Commerce; Regulasi Ekspor-Import Digital; Amazon, eBay, Alibaba; Lokalisasi & Multi-Mata Uang [Pustaka Utama 2, Pendukung 3]	-

		uang, bahasa, dan lokasi untuk pasar internasional					
14	Mahasiswa mampu mengoptimasi toko online dan menyusun strategi pertumbuhan e-business (CPMK 204)	14.1 Menerapkan conversion rate optimization (CRO) pada toko Shopify 14.2 Mengoptimasi SEO on-page untuk product listing 14.3 Menganalisis data analytics untuk keputusan pertumbuhan bisnis 14.4 Menyusun roadmap pertumbuhan e-business jangka panjang	Kualitas optimasi toko dan roadmap pertumbuhan Kemampuan menerapkan CRO dan SEO e-commerce	Ceramah; Workshop CRO & SEO; Demo Shopify analytics [TM: 3x50']	Tutorial SEO e-commerce; Latihan CRO Shopify [BM: 3x60']	CRO pada Shopify; SEO Product Listing; Analytics untuk Growth Decision; Roadmap Pertumbuhan E-Business [Pustaka Utama 3, 4]	-
15	Mahasiswa mampu mempresentasikan proyek akhir toko online e-business yang komprehensif (CPMK 201-4)	15.1 Mendemokan toko online yang fungsional dan terintegrasi 15.2 Menyajikan model bisnis, strategi omnichannel, dan analytics dashboard 15.3 Mempresentasikan keamanan, kepatuhan regulasi, dan rencana pertumbuhan 15.4 Mempertahankan keputusan bisnis dan teknis kepada panel	Proyek 2: Toko online e-business (Shopify + payment + omnichannel + analytics + keamanan) Rubrik: fungsionalitas, model bisnis, strategi, analytics, keamanan, presentasi	Demo & presentasi toko online; Panel review [TM: 3x50']	Upload toko online & laporan; Peer assessment [BM: 3x60']	Integrasi: Model Bisnis, Shopify, Payment, Omnichannel, SCM, CRM, Analytics, Keamanan, Regulasi dalam E-Business [Pustaka Utama 1, 2, 3, 4]	Proyek 2 (25%)
16	UJIAN AKHIR SEMESTER (UAS) Evaluasi CPMK 201, CPMK 202, CPMK 203, dan CPMK 204	Ketepatan jawaban UAS mencakup materi Pertemuan 9-15	Ujian tulis & praktik e-commerce terjadwal Rubrik: analytics, keamanan, regulasi, social commerce, cross-border	Ujian Tulis & Praktik [TM: 3x50']	-	Review komprehensif materi Pertemuan 9 s.d. 15	Proyek 2 (sudah dihitung)