

	UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL PROGRAM STUDI:S1 ILMU PEMERINTAHAN					Kode Dokumen RPS-IP-040
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER PENGAJARAN						
MATA KULIAH (MK)	KODE	Rumpun Mata Kuliah	Bobot (SKS)		Semester	Tgl Penyusunan
E-Commerce	IP040		Teori = 0	Praktek = 2	4	Agustus 2023
	Pengembang RPS				Ketua Prodi	
					Muhammad Zuhdan, S.IP, M.A	
Capaian Pembelajaran (CP)		CPL-Prodi yang dibebankan pada MK				
	Sikap (S)					
	1.	Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan dan kewirausahaan				
	2.	Taah hukum dan disiplin dalam kehidupan bermasyarakat dan bernegara:				
	3.	Menginternalisasi nilai, norma dan etika akademik:				
	4.	Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri:				
	Pengetahuan (P)					
	1.	Menguasai konsep teoritis bentuk aplikasi dan mekanisme jual beli online				
	Keterampilan Umum (KU)					
	1.	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;				
	2.	Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur;				
	3.	Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam konteks penyelesaian masalah di bidang keahliannya, berdasarkan hasil analisis informasi dan data;				
	4.	Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin kesahihan dan mencegah plagiasi.				

	Keterampilan Khusus (KK)	
		Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)
		Setelah menempuh mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan dapat menjelaskan peranan, kedudukan dan fungsi <i>e-commerce</i> dengan analisis pasar, evaluasi penjualan dan mampu membandingkan beberapa metode penjualan pada <i>e-commerce</i> , yakni :
	1	Mahasiswa mampu memahami apa itu ecommerce dan peranannya dalam perekonomian negara dan dunia
	2	Mahasiswa mampu memahami bagaimana memanfaatkan internet sebagai alat promosi produknya dan menjadi netpreneur yang memiliki wawasan luas.
	3	Mahasiswa mampu memanfaatkan sosial media sebagai media promosi
		Sub-Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (Sub-CPMK)
	1	Mahasiswa mengerti dan memahami definisi , manfaat dan perkembangan E-Commerce Mahasiswa mampu mendeskripsikan konten dan framework EC
	2	Mahasiswa mampu menyebutkan contoh kasus perusahaan e-commece lokal dan internasional Memahami mekanisme dan aktivitas utama EC Memahami konsep teknologi web 3.0 yang digunakan untuk saling sharing dan komunikasi antara pelanggan dan penjual Memahami proses pembelian dan pembuatan akun di e-Market
	3	Mahasiswa mampu membedakan struktur dan klasifikasi model EC Menjelaskan tools dan platform untuk membangun aplikasi EC
	4	Mahasiswa dapat membangun bisnis ecommerce Memahami jenis alat pembayaran online Memahami proses transaksi pembayaran media online
	5	Mampu menganalisa proses bisnis untuk membangun aplikasi bisnis Mahasiswa mampu memahami bisnis portal intenet Mahasiswa mampu merencanakan modal utama untuk membangun bisnis
	6	Mahasiswa mampu merancang aplikasi EC sesuai dengan hasil analisis proses bisnis
	7	Mahasiswa menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan secara online dan rancangan aplikasi online yang akan dibuat
	8	Mahasiswa memahami konsep-konsep pemasaran didalam e-commece
	9	Mahasiswa mampu memahami supply chain management dan distribusi produk e-commerce
	10	Mahasiswa mampu menerapkan strategi dan promosi onlin Mahasiswa mampu memaksimalkan search engine (SEO)

	11	Mahasiswa mampu menerapkan strategi dan promosi online menggunakan SMO (Social Media Optimization)					
	12	Mahasiswa mampu menerapkan strategi dan promosi online menggunakan Marketplace Memahami persaingan di marketplace					
	13	Memahami facebook ads, Instagram ads, google adwords					
	14	Mahasiswa mampu mempresentasikan seluruh perkembangan bisnis Mahasiswa mampu mengembangkan bisnisnya Mahasiswa mampu memahami politik bisnis online					
	15	Mahasiswa memahami konsep-konsep pemasaran didalam e-commerce					
Deskripsi Singkat MK		Mata kuliah ini menguraikan dan menjelaskan tentang pengantar e-commerce, dan yang terkait, sampai dengan keamanan data sebuah e-commerce. Lebih spesifik membahas tentang konsep dan ruang lingkup bisnis online, system transaksi melalui elektronik, mengenal system ecommerce dan etika dalam berbisnis online. Adapun perkuliahan diselenggarakan sebanyak 14 kali pertemuan dalam satu semester, yang terdiri dari pertemuan teori dan praktik. Ditambah 2 kali pertemuan yang dikhususkan untuk pelaksanaan UTS (Ujian Tengah Semester) dan UAS (Ujian Akhir Semester).					
Bahan Kajian: Materi Pembelajaran							
Rujukan Pustaka		Utama:					
		Pendukung :					
Dosen Pengampu		Ferri Wicaksono, S.IP., M.A.					
Mata Kuliah Syarat							
Pekan ke-	Sub-CPMK (Kemampuan akhir tiap tahapan belajar)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Praja, [Estimasi Waktu]		Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria dan Bentuk	Luring (offline)	Daring (online)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)

1	Mahasiswa mengerti dan memahami definisi, manfaat dan perkembangan E-Commerce Mahasiswa mampu mendeskripsikan konten dan framework EC	1. Mengetahui materi yang akan dipelajari dalam satu semester 2. Mengetahui buku-buku referensi yang digunakan 3. Mengetahui tujuan mempelajari ecommerce 4. Mahasiswa mengerti perbedaan tipe tipe ecommerce yang bisa menjadi peluang bisnis	Kemampuan mahasiswa melihat peluang dalam bisnis, dan keahlian dalam meyakinkan pelanggan juga investor dalam mempresentasikan produknya	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		• Pengertian E-commerce • Manfaat E-commerce • Perkembangan Ecommerce • E-commerce dan E-Bisnis • Internet for Ecommerce	5
2	Mahasiswa mampu menyebutkan contoh kasus perusahaan e-commerce lokal dan internasional Memahami mekanisme dan aktivitas utama EC Memahami konsep teknologi web 3.0 yang digunakan	1. Mengetahui macam dan fungsi marketplace 2. Mengetahui berbagai jenis tipe e-market 3. Mengetahui perkembangan teknologi web	Kemampuan mahasiswa melihat peluang dalam bisnis, dan keahlian dalam meyakinkan pelanggan juga investor dalam mempresentasikan produknya	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		▪ Studi Kasus perusahaan e-commerce local dan internasional ▪ Mekanisme EC ▪ Aktivitas utama EC ▪ Jual beli pada marketplace ▪ Alur bisnis e-market ▪ Mempraktikkan langsung menggunakan computer	5

	untuk saling sharing dan komunikasi antara pelanggan dan penjual Memahami proses pembelian dan pembuatan akun di e-Market					terkoneksi untuk mempelajari kesesuaian teori	
3	Mahasiswa mampu membedakan struktur dan klasifikasi model EC Menjelaskan tools dan platform untuk membangun aplikasi EC	1. Kemampuan dalam menjelaskan model bisnis dalam ecommerce 2. Kemampuan menjelaskan dan menerapkan konsep dasar dan bisnis proses dalam bisnis online 3. Penggunaan tool dan platform aplikasi EC	Kemampuan mahasiswa melihat peluang dalam bisnis, dan keahlian dalam meyakinkan pelanggan juga investor dalam mempresentasikan produknya	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		• Model dan Klasifikasi bisnis E-commerce • Model Bisnis B2C, B2B, C2C • Mengidentifikasi model bisnis yang bermunculan di lingkup e-commerce	10
4	Mahasiswa dapat membangun bisnis ecommerce	1. Memahami tentang konsep pada bisnis online	Kemampuan mahasiswa melihat peluang	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		▪ Jenis alat pembayaran ▪ Merchant Soultions	10

	Memahami jenis alat pembayaran online Memahami proses transaksi pembayaran media online	2. Mampu menjelaskan konsep pembayaran online 3. Mampu menjelaskan beberapa metoda transaksi online	dalam bisnis, dan keahlian dalam meyakinkan pelanggan juga investor dalam mempresentasikan produknya			▪ Auctions, Bareter, Negotiation Online ▪ Protokol dalam pembayaran online	
5	Mampu menganalisa proses bisnis untuk membangun aplikasi bisnis Mahasiswa mampu memahami bisnis portal internet Mahasiswa mampu merencanakan modal utama untuk membangun bisnis	1. Memahami Bisnis Portal Internet 2. Memahami Startup bisnis internet	Kemampuan mahasiswa melihat peluang dalam bisnis, dan keahlian dalam meyakinkan pelanggan juga investor dalam mempresentasikan produknya	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		• Analisis proses bisnis • Analisis financial ecommerce	5
6	Mahasiswa mampu merancang aplikasi EC sesuai dengan hasil analisis proses bisnis	Mampu merancang dan membangun Aplikasi EC	Kemampuan mahasiswa melihat peluang dalam bisnis, dan keahlian dalam	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		▪ Business modelling ▪ Tutorial pembuatan aplikasi EC	5

			meyakinkan pelanggan juga investor dalam mempresentasikan produknya				
7	Mahasiswa menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan secara online dan rancangan aplikasi online yang akan dibuat	1. Produk dan jasa yang ditawarkan serta aplikasi yang dirancang	Kemampuan mahasiswa melihat peluang dalam bisnis, dan keahlian dalam meyakinkan pelanggan juga investor dalam mempresentasikan produknya	<i>Cooperative learning, Laboratory Practice</i>		Perancangan aplikasi EC	5
8	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Tengah Semester 30%						
9	Mahasiswa memahami konsep-konsep pemasaran didalam e-commerce	1. Mampu menjelaskan konsep dan model bisnisnya 2. Mampu melihat factor-faktor yang mendukung	Kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi bisnis, ber argument, dan kemampuan dalam promosi juga	<i>Cooperative learning, Laboratory Practice</i>		▪ Identifikasi ciri-ciri pengguna internet ▪ Konsep dasar perilaku konsumen ▪ Pengambilan keputusan dalam pembelian ▪ Teknologi utama pendukung pemasaran online	5

		pengembangan bisnisnya 3. Mampu melihat peluang sale produknya di tengah market yang sudah ada	menarik pelanggan				
10	Mahasiswa mampu memahami supply chain management dan distribusi produk e-commerce	1. Membahas dan menyimpulkan metoda pengembangan bisnis 2. Mahasiswa mampu memahami supply chain management dan distribusi produk e-commerce	Kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi bisnis, berargument, dan kemampuan dalam promosi juga menarik pelanggan	<i>Cooperative learning, Laboratory Practice</i>		Distribusi produk dan layanan ecommerce Supply chain EC	15
11	Mahasiswa mampu menerapkan strategi dan promosi online Mahasiswa mampu memaksimalkan search engine (SEO)	1. Memahami memaksimalkan promosi secara online 2. SEO	Kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi bisnis, berargument, dan kemampuan	<i>Cooperative learning, Laboratory Practice</i>		• SEO • Digital marketing	5

			dalam promosi juga menarik pelanggan				
12	Mahasiswa mampu menerapkan strategi dan promosi online menggunakan SMO (Social Media Optimization)	1. Memahami elemen promosi menggunakan SMO 2. Memahami dasar SMO 3. Mengerti perbedaan ilmu bahasa antara SMO dan SEO	Kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi bisnis, ber argument, dan kemampuan dalam promosi juga menarik pelanggan	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		▪ SMO	5
13	Mahasiswa mampu menerapkan strategi dan promosi online menggunakan Marketplace Memahami persaingan di marketplace	1. Memahami persaingan di marketplace 2. Memahami strategi strategi khusus untuk bersaing di marketplace	Kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi bisnis, ber argument, dan kemampuan dalam promosi juga menarik pelanggan	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		▪ Marketplace ▪ Trik persaingan bisnis online	5
14	Memahami facebook ads, Instagram ads, google adwords	1. Memahami iklan sebagai kekuatan persaingan di bisnis online	Kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		▪ Facebook Ads ▪ Instagram Ads	5

		2. Mampu membuat iklan yang murah namun tepat sasaran dengan nilai konversi tinggi 3. Demografi produk dan jasa yang ditawarkan	bisnis, berargument, dan kemampuan dalam promosi juga menarik pelanggan			▪ Google Adwords ▪ Online Advertising	
15	Mahasiswa mampu mempresentasikan seluruh perkembangan bisnis Mahasiswa mampu mengembangkan bisnisnya Mahasiswa mampu memahami politik bisnis online	1. Mampu memahami strategi pemasaran sampai menguasai pasar 2. Mengetahui cara import dan expot 3. Legalitas bisnis 4. Memahami Strategi area zone bisnis sendiri 5. Mahasiwa menjelaskan dan mempertanggung jawabkan	Kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi bisnis, berargument, dan kemampuan dalam promosi juga menarik pelanggan	<i>Cooperative learning, Laboratorium Practice</i>		• Import Export • Business Model • Legalitas Bisnis	15

		bisnis selama semester	nya 1					
16	Evaluasi Akhir Semester / Ujian Akhir Semester 30%							

Referensi:

1. Dafe Chaggey, E-Business and Ecommerce Management: Strategy, Implementation and Practice (5th Edition), Prentice Hall, 2011
2. Rebeca Murtagh, Security Awareness Million Dollar Websites: Build a Better Website Using Best Practioces of the Web Elite in E-Business, Design, SEO, Usability, Social, Mobile and Conversion, 2013
3. Jerry Banfield and Michel Gerard, Facebook Marketing and Advertising in 2016 : What works for my page with 2 million likes, 2016
4. Perry Marshall, Keith Krance, Thomas Meloche, Ultimate Guide to Facebook Advertising : How to Access 1 Billion Potential Customers in 10 Minutes (Ultimate Series) 2nd ed. 2015.
5. UU ITE

Catatan :

1. **Capaian Pembelajaran Lulusan PRODI (CPL-PRODI)** adalah kemampuan yang dimiliki oleh setiap lulusan PRODI yang merupakan internalisasi dari sikap, penguasaan pengetahuan dan ketrampilan sesuai dengan jenjang prodinya yang diperoleh melalui proses pembelajaran.
2. **CPL yang dibebankan pada mata kuliah** adalah beberapa capaian pembelajaran lulusan program studi (CPL-PRODI) yang digunakan untuk pembentukan/pengembangan sebuah mata kuliah yang terdiri dari aspek sikap, ketrampilan umum, ketrampilan khusus dan pengetahuan.
3. **CP Mata kuliah (CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPL yang dibebankan pada mata kuliah, dan bersifat spesifik terhadap bahan kajian atau materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
4. **Sub-CP Mata kuliah (Sub-CPMK)** adalah kemampuan yang dijabarkan secara spesifik dari CPMK yang dapat diukur atau diamati dan merupakan kemampuan akhir yang direncanakan pada tiap tahap pembelajaran, dan bersifat spesifik terhadap materi pembelajaran mata kuliah tersebut.
5. **Indikator penilaian** kemampuan dalam proses maupun hasil belajar mahasiswa adalah pernyataan spesifik dan terukur yang mengidentifikasi kemampuan atau kinerja hasil belajar mahasiswa yang disertai bukti-bukti.
6. **Kreteria Penilaian** adalah patokan yang digunakan sebagai ukuran atau tolok ukur ketercapaian pembelajaran dalam penilaian berdasarkan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Kreteria penilaian merupakan pedoman bagi penilai agar penilaian konsisten dan tidak bias. Kreteria dapat berupa kuantitatif ataupun kualitatif.
7. **Bentuk penilaian:** tes dan non-tes.
8. **Bentuk pembelajaran:** Kuliah, Responsi, Tutorial, Seminar atau yang setara, Praktikum, Praktik Studio, Praktik Bengkel, Praktik Lapangan, Penelitian, Pengabdian Kepada Masyarakat dan/atau bentuk pembelajaran lain yang setara. p
9. **Metode Pembelajaran:** Small Group Discussion, Role-Play & Simulation, Discovery Learning, Self-Directed Learning, Cooperative Learning, Collaborative Learning, Contextual Learning, Project Based Learning, dan metode lainnya yg setara.
10. **Materi Pembelajaran** adalah rincian atau uraian dari bahan kajian yg dapat disajikan dalam bentuk beberapa pokok dan sub-pokok bahasan.
11. **Bobot penilaian** adalah prosentasi penilaian terhadap setiap pencapaian sub-CPMK yang besarnya proposional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. **TM**=Tatap Muka, **PT**=Penugasan terstruktur, **BM**=Belajar mandiri.

Portofolio Penilaian dan Evaluasi Ketercapaian CPL Mahasiswa

MG	CPL	CPMK	SUB CPMK	INDIKATOR	BOBOT SOAL		BOBOT CPMK	BOBOT CPL	NILAI
1-16	2	1	1	Kedisiplinaan	Presensi	15%	15	15	100
peran e-commers	5	2	2	Jelaskan apa yang dimaksud dengan e-commers!	Kuis Kuliah	5%	5	30	100
			2	Mengapa perlu memahami e-commers?	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Apa peran e-commers bagi ekonomi negara?	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Jelaskan bagaimana e-commers bisa berdampak kepada perekonomian dunia!	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Mid Semester	UTS	10%	10		
pemanfaatan internet	6	3	3	Apa yang dimaksud internet?	Kuis Kuliah	5%	5	25	100
			3	Jelaskan apa manfaat internet dalam kehidupan sehari-hari!	Kuis Kuliah	5%	5		
			4	Jelaskan bagaimana pemanfaatan internet untuk e-commers!	Kuis Kuliah	5%	5		

			4	Apakah internet diperlukan dalam menjalankan e-commers?	Kuis Kuliah	5%	5		
sosial media untuk promosi	5	2	2	Jelaskan apa yang dimaksud sosiasl media!	Kuis Kuliah	5%	5	30	100
			2	Apakah peran sosial media dalam e-commers?	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Sebukan apa saja sosial media yang dapat dijadikan tempat mempromosikan suatu produk!	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Jelaskan keterkaitan sosial media dan e-commers!	Kuis Kuliah	5%	5		
			2	Jelaskan dampak jika dalam e-commers tidak mau menerapkan atau memanfaatkan sosial media!	Kuis Kuliah	5%	5		
Minggu ke-16	11	4	5	UAS Essay Persoalan ..	Tugas 1	30%	30	30	100