



**UNIVERSITAS PAKUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

<b>MATA KULIAH</b>	<b>KODE</b>	<b>RUMPUN MK</b>	<b>BOBOT (SKS)</b>	<b>SEMESTER</b>	<b>Tgl Penyusunan</b>
E-Commerce	221MKK2382		3	2	
<b>OTORISASI</b>	<b>DOSEN PENGEMBANG RPS</b>	<b>KOORDINATOR RMK</b>	<b>KA PRODI</b>		
	Nizam M. Andrianto, S.P., M.M. Arie Wibowo Irawan, S.P., M.M. Bayu Dwi Prasetyo, S.E., M.M.	Ferdisar Adrian, S.E., M.M.	Dr. Arief Tri Hardiyanto, Ak., MBA., CMA., CCSA., CA., CSEP., QIA.		
Capaian Pembelajaran (CP)	<b>CPL-PRODI</b>				
	S5 : Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan, serta pendapat atau temuan orisinal orang lain				
	S10 : Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan				
	P3 : Menguasai prinsip kepemimpinan dan kewirausahaan dalam berbagai tipe organisasi;				
KU1 : 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.					
KU10: Mampu beradaptasi, bekerja sama, berkreasi, berkontribusi, dan berinovasi dalam menerapkan ilmu pengetahuan pada kehidupan bermasyarakat serta mampu berperan sebagai warga dunia yang berwawasan global;					
KK3: Mampu mengidentifikasi masalah manajerial dan fungsi organisasi pada level operasional, serta mengambil solusi yang tepat berdasarkan alternatif yang dikembangkan, dengan menerapkan prinsip-prinsip kewirausahaan yang berakar pada kearifan lokal;					
<b>CP-MK</b>					
M1. Mampu membuat perencanaan model bisnis dan pembangunan e-commerce					

	<p>M2. Mampu membuat menganalisis lingkungan keamanan e-commerce</p> <p>M3. Mampu menganalisis sistem pembayaran e-commerce</p> <p>M4. Mampu membuat rencana pemasaran dan iklan e-commerce</p> <p>M5. Mampu menganalisis isu etika, sosial, dan politik e-commerce</p> <p>M6. Mampu menganalisis retail dan jasa online</p> <p>M7. Mampu menganalisis jaringan sosial, lelang, dan portal</p> <p>M8. Mampu menganalisis e-commerce B2B.</p>
Deskripsi Singkat MK	<p>Mata kuliah ini memberikan pengetahuan dan mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam merencanakan dan menerapkan e-commerce dalam bisnis. Cakupan materi perkuliahan meliputi: konsep dasar e-commerce, model bisnis ecommerce, pendekatan sistematis dalam membangun e-commerce, lingkungan keamanan e-commerce, penerapan e-commerce dalam lingkup sistem pembayaran, pemasaran dan iklan, pemasaran sosial, mobile, lokal, isu etika, sosial, politik, retail dan jasa online, jaringan sosial, lelang, portal, dan e-commerce B2B</p>
Materi Pembelajaran/pokok Bahasan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsep dasar e-commerce</li> <li>2. Model bisnis e-commerce</li> <li>3. Pembangunan e-commerce: pendekatan sistematis</li> <li>4. Lingkungan keamanan e-commerce</li> <li>5. Sistem pembayaran e-commerce</li> <li>6. Pemasaran dan iklan e-commerce</li> <li>7. Pemasaran sosial, <i>mobile</i>, local</li> <li>8. Isu Etika, Sosial, dan Politik dalam E-commerce</li> <li>9. Retail dan jasa online</li> <li>10. Jaringan sosial, lelang, dan portal</li> <li>11. E-commerce B2B</li> </ol>
Pustaka	<p><b>Buku Wajib</b> Laudon, Kenneth C. &amp; Carol Guercio Traver. E-commerce Business Technology Society. 2014. Pearson.</p> <p><b>Buku Pendukung</b></p>
Media Pembelajaran	Powerpoint
Team Teaching	-
Matakuliah syarat	Pengantar Manajemen, Pengantar Bisnis

1	2	3	4	5	6	7	8
Pert. ke	Sub-CP-MK	Pokok Bahasan	Metode Pembelajaran	Pengalaman Belajar	Indikator Penilaian	Kriteria dan Teknik Penilaian	Bobot Penilaian
1	Mahasiswa dapat mengaitkan konsep-konsep dasar e-commerce dengan contoh penerapan	<p>Pengertian e-commerce</p> <p>Perbedaan e-commerce dengan e-business</p> <p>Fitur unik dari teknologi e-commerce dan signifikansinya terhadap bisnis</p> <p>Jenis-jenis e-commerce</p> <p>Evolusi e-commerce</p>	<p>Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')]</p> <p>Studi kasus</p> <p>Tugas 1: membuat makalah tentang jenis-jenis e-commerce [BT+BM: (1+1)x(2x60'')]</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami konsep dasar e-commerce</li> <li>Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menganalisis contoh penerapan jenis-jenis e-commerce</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dalam menjelaskan konsep dasar e-commerce</li> <li>Ketepatan dalam menghubungkan konsep dasar e-commerce dengan contoh penerapan</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b></p> <p>Ketepatan dan penguasaan</p> <p><b>Bentuk Nontes:</b></p> <p>Tugas makalah</p>	5%
2-3	Mahasiswa mampu merencanakan model bisnis e-commerce	<p>Model Bisnis E-commerce</p> <p>Bisnis Model Business to</p>	<p>Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')]</p> <p>Studi kasus</p> <p>Tugas 2:</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami model bisnis e-commerce</li> <li>Mahasiswa</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dalam menjelaskan model bisnis e-commerce</li> <li>Ketepatan</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b></p> <p>Ketepatan dan penguasaan</p> <p><b>Bentuk</b></p>	10%

		Consumer (B2C) Bisnis Model Business to Business (B2B) E-commerce terhadap Perubahan Bisnis: Strategi, Struktur, Proses.	membuat makalah tentang rencana model bisnis [BT+BM: (1+1)x(2x60'') ]	berdiskusi secara kelompok untuk membuat rencanamodel-model bisnis e-commerce	dalam membuat rencana model bisnis e-commerce	<b>Nontes:</b> Tugas makalah Presentasi	
4	Mahasiswa mampu menerapkan langkah-langkah membangun e-commerce	Pendekatan sistematis dalam membangun E-commerce Pemilihan software dan hardware Pengembangan Website dan aplikasi mobile	Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')] Studi kasus Tugas 3: membuat makalah tentang rencana penyusunan e-commerce [BT+BM: (1+1)x(2x60'')] ]	1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami pendekatan sistematis dalam membangun e-commerce 2. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk membuat rencanapenyusunan e-commerce	1. Ketepatan dalam menjelaskan pembangunan e-commerce 2. Ketepatan dalam membuat rencana penyusunan e-commerce	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk Nontes:</b> Tugas makalah Presentasi	10%
5	Mahasiswa mampu menganalisis	Lingkungan Keamanan E-Commerce	Kuliah dan Diskusi [TM:	1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami	1. Ketepatan dalam menjelaskan	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan	10%

	lingkungan keamanan e-commerce	Ancaman keamanan dalam lingkungan e-commerce Solusi teknologi Kebijakan manajemen, prosedur bisnis, dan peraturan publik	1(2x50'') Studi kasus Tugas 4: menganalisis studi kasus [BT+BM: (1+1)x(2x60'')]	lingkungan keamanan e-commerce 2. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menganalisis studi kasus mengenai lingkungan keamanan e-commerce	lingkungan keamanan e-commerce 2. Ketepatan dalam menganalisis studi kasus lingkungan keamanan e-commerce	penguasaan <b>Bentuk Nontes:</b> Studi Kasus Presentasi	
6	Mahasiswa mampu menganalisis sistem pembayaran e-commerce	Sistem pembayaran e-commerce	Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')] Studi kasus Tugas 5: menganalisis studi kasus [BT+BM: (1+1)x(2x60'')]	1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami sistem pembayaran e-commerce 2. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menganalisis studi kasus mengenai sistem pembayaran e-commerce	1. Ketepatan dalam menjelaskan sistem pembayaran e-commerce 2. Ketepatan dalam menganalisis studi kasus sistem pembayaran e-commerce	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk Nontes:</b> Studi Kasus Presentasi	5%
7	Mahasiswa mampu merancang rencana pemasaran dan iklan e-commerce	Konsep Pemasaran dan Iklan E-commerce Audience internet dan perilaku	Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')] Studi kasus Tugas 6: merancang	1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami pemasaran dan iklan e-commerce 2. Mahasiswa berdiskusi secara	1. Ketepatan dalam menguraikan pemasaran dan iklan e-commerce 2. Ketepatan	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk Nontes:</b>	10%

		<p>konsumen</p> <p>Strategi dan alat pemasaran dan iklan perdagangan digital</p> <p>Teknologi pemasaran melalui internet</p> <p>Manfaat dan biaya dari komunikasi pemasaran online</p>	<p>rencana pemasaran dan iklan e-commerce</p> <p>[BT+BM: (1+1)x(2x60'')]</p>	<p>kelompok untuk merancang rencana pemasaran dan iklan e-commerce</p>	<p>dalam membuat rencana pemasaran dan iklan e-commerce</p>	<p>Makalah</p> <p>Presentasi</p>	
8	<b>UJIAN TENGAH SEMESTER</b>						
9	<p>Mahasiswa mampu menganalisis pemasaran sosial, <i>mobile</i>, lokal</p>	<p>Pemasaran sosial</p> <p>Pemasaran <i>mobile</i></p> <p>Pemasaran lokal</p>	<p>Kuliah dan Diskusi</p> <p>[TM: 1(2x50'')]</p> <p>Studi kasus</p> <p>Tugas 7: studi kasus</p> <p>[BT+BM: (1+1)x(2x60'')]</p>	<p>1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami pemasaran sosial, <i>mobile</i>, lokal</p> <p>2. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menganalisis pemasaran sosial, <i>mobile</i>, lokal</p>	<p>1. Ketepatan dalam menguraikan pemasaran sosial, <i>mobile</i>, lokal</p> <p>2. Ketepatan dalam membuat menganalisis pemasaran sosial, <i>mobile</i>, lokal</p>	<p><b>Kriteria:</b></p> <p>Ketepatan dan penguasaan</p> <p><b>Bentuk Nontes:</b></p> <p>Makalah</p> <p>Presentasi</p>	10%
10	<p>Mahasiswa mampu</p>	<p>Isu Etika, Sosial, dan</p>	<p>Kuliah dan Diskusi</p>	<p>1. Mahasiswa dengan bantuan dosen</p>	<p>1. Ketepatan dalam</p>	<p><b>Kriteria:</b></p> <p>Ketepatan</p>	10%

	menganalisis isu-isu etika, sosial, dan politik dalam e-commerce	Politik dalam E-commerce Hak Informasi dan Privasi Hak Kekayaan Intelektual Governance Keamanan dan kesejahteraan publik	[TM: 1(2x50'')] Studi kasus Tugas 8: studi kasus [BT+BM: (1+1)x(2x60'')]	memahami isu-isu etika, sosial, dan politik dalam e-commerce 2. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menganalisis isu-isu etika, sosial, dan politik dalam e-commerce	menguraikan isu-isu etika, sosial, dan politik dalam e-commerce 2. Ketepatan dalam membuat menganalisis isu-isu etika, sosial, dan politik dalam e-commerce	dan penguasaan <b>Bentuk Nontes:</b> Makalah Presentasi	
11-12	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan e-commerce retail dan jasa online	Retail dan jasa online	Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')] Studi kasus Tugas 9: studi kasus [BT+BM: (1+1)x(2x60'')]	1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami perkembangan sektor retail dan jasa online 2. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menganalisis e-commerce retail dan jasa online	1. Ketepatan dalam menguraikan e-commerce retail dan jasa online 2. Ketepatan dalam membuat menganalisis e-commerce retail dan jasa online	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk Nontes:</b> Makalah Presentasi	10%
13	Mahasiswa mampu menganalisis konten dan media online	Konten dan media online Identifikasi tren konsumsi media dan konten online	Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')] Studi kasus Tugas 10:	1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami konten dan media online 2. Mahasiswa berdiskusi secara	1. Ketepatan dalam menjelaskan konten dan media online 2. Ketepatan	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk</b>	10%

		Industry penerbit online Industry <i>entertainment</i> online	studi kasus [BT+BM: (1+1)x(2x60'')]	kelompok untuk menganalisis konten dan media online	dalam membuat menganalisis perkembangan industry penerbit dan <i>entertainment</i> online	<b>Nontes:</b> Makalah Presentasi	
14	Mahasiswa mampu menganalisis jaringan sosial, lelang, dan portal	Jenis-jenis Jaringan sosial dan model bisnis jaringan sosial Jenis-jenis lelang bisnis dan manfaatnya Model bisnis portal	Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')] Studi kasus Tugas 11: studi kasus [BT+BM: (1+1)x(2x60'') ]	1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami jaringan sosial, lelang, dan portal 2. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menganalisis jaringan sosial, lelang, dan portal	1. Ketepatan dalam menjelaskan jaringan sosial, lelang, dan portal 2. Ketepatan dalam membuat menganalisis perkembangan jaringan sosial, lelang, dan portal	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk Nontes:</b> Makalah Presentasi	10%
15	Mahasiswa mampu menganalisis e-commerce B2B	E-commerce B2B: manajemen rantai pasok dan perdagangan kolaboratif	Kuliah dan Diskusi [TM: 1(2x50'')] Studi kasus Tugas 11: studi kasus [BT+BM: (1+1)x(2x60'') ]	1. Mahasiswa dengan bantuan dosen memahami e-commerce B2B 2. Mahasiswa berdiskusi secara kelompok untuk menganalisis e-commerce B2B	1. Ketepatan dalam menjelaskan e-commerce B2B 2. Ketepatan dalam membuat menganalisis e-commerce B2B	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan penguasaan <b>Bentuk Nontes:</b> Makalah Presentasi	5%

