

		Universitas Negeri Surabaya Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen										Kode Dokumen																																																																																																					
RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																																																																																																																	
MATA KULIAH (MK)		KODE		Rumpun MK			BOBOT (sks)			SEMESTER		Tgl Penyusunan																																																																																																					
E-Commerce		6120103184		Mata Kuliah Wajib Program Studi			T=3	P=0	ECTS=4.77		4		30 Januari 2024																																																																																																				
OTORISASI		Pengembang RPS			Koordinator RMK						Koordinator Program Studi																																																																																																						
		Nindria Untarini, S.E., M.Si.			Dr. Yessy Artanti, SE., M.Si.						YUYUN ISBANAH																																																																																																						
Model Pembelajaran	Case Study																																																																																																																
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL-PRODI yang dibebankan pada MK																																																																																																																
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)																																																																																																																
	CPMK - 1	C4. Mahasiswa mampu menguraikan secara detail konsep e-business dan e-commerce																																																																																																															
	CPMK - 2	C4. Mahasiswa mampu membandingkan dengan tepat konsep e-business dan e-commerce																																																																																																															
	CPMK - 3	A5. Mahasiswa mampu menunjukkan karakter tangguh, kolaboratif, adaptif, inovatif dalam proses dan model bisnis e-commerce																																																																																																															
	CPMK - 4	P5. Mahasiswa mampu mendesain konten untuk sistem mobile e-commerce, e-commerce website, dan periklanan pada e-commerce																																																																																																															
	Matrik CPL - CPMK																																																																																																																
		<table><tr><td>CPMK</td></tr><tr><td>CPMK-1</td></tr><tr><td>CPMK-2</td></tr><tr><td>CPMK-3</td></tr><tr><td>CPMK-4</td></tr></table>												CPMK	CPMK-1	CPMK-2	CPMK-3	CPMK-4																																																																																															
CPMK																																																																																																																	
CPMK-1																																																																																																																	
CPMK-2																																																																																																																	
CPMK-3																																																																																																																	
CPMK-4																																																																																																																	
Matrik CPMK pada Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)																																																																																																																	
	<table><tr><td rowspan="2">CPMK</td><td colspan="16">Minggu Ke</td></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td></tr><tr><td>CPMK-1</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-2</td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-3</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td><td>✓</td><td></td><td></td></tr><tr><td>CPMK-4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>✓</td><td>✓</td></tr></table>												CPMK	Minggu Ke																1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	CPMK-1	✓	✓							✓	✓							CPMK-2			✓	✓							✓						CPMK-3					✓	✓		✓				✓	✓	✓			CPMK-4							✓								✓	✓
CPMK	Minggu Ke																																																																																																																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16																																																																																																	
CPMK-1	✓	✓							✓	✓																																																																																																							
CPMK-2			✓	✓							✓																																																																																																						
CPMK-3					✓	✓		✓				✓	✓	✓																																																																																																			
CPMK-4							✓								✓	✓																																																																																																	
Deskripsi Singkat MK	Mata kuliah ini mengajarkan bagaimana melakukan bisnis online dan bagaimana mengelola masalah teknologi yang terkait dengan pembangunan situs web perdagangan elektronik. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana penerapan teknologi dapat melibatkan pemegang kartu, pedagang, penerbit, gateway pembayaran, dan pihak lain dalam transaksi elektronik. Mata kuliah ini menyajikan konsep dan keterampilan untuk penggunaan strategis e-commerce dan teknologi informasi terkait dari tiga perspektif: bisnis ke konsumen (B2C), bisnis-ke-bisnis (B2B), dan intra-organisasi dan peran e-commerce dalam mengubah struktur seluruh industri, dan bagaimana pengaruhnya terhadap proses bisnis termasuk transaksi elektronik, rantai pasokan, pengambilan keputusan dan kinerja organisasi.																																																																																																																
Pustaka	Utama :																																																																																																																
	1. 1. Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology. 2. 2. Alan Afuah dan Christopher L Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill 3. 3. Dave Chaffey. (2015). Digital Business and E-Commerce Management. Pearson. 4. 4. Kenneth C Loudon dan Carol Guercio Traver (2023). E-Commerce: Business, technology, society, seventeenth edition. Pearson.																																																																																																																
	Pendukung :																																																																																																																
Dosen Pengampu	Dr. Yessy Artanti, S.E., M.Si. Dr. Nindria Untarini, S.E., M.Si. Tias Andarini Indarwati, S.E., M.M. Monika Tiarawati, S.E., M.M. Rosa Prafitri Juniarti, S.E., M.S.M. Heri Cahyo Bagus Setiawan, S.Pd.I., M.SM. Syaifurrizal Wijaya Putra, S.E., M.M. Muhammad Rizky Ramadhan, BBus., MITHM.																																																																																																																
Mg Ke-	Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)	Penilaian		Bantuk Pembelajaran, Metode Pembelajaran, Penugasan Mahasiswa, [Estimasi Waktu]				Materi Pembelajaran [Pustaka]		Bobot Penilaian (%)																																																																																																							
		Indikator	Kriteria & Bentuk	Luring (offline)		Daring (online)																																																																																																											
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		(6)		(7)		(8)																																																																																																							

1	Memahami definisi dan karakteristik dasar dari e-Commerce	1.1.1 Memahami apa itu perdagangan elektronik dan bagaimana hal itu berkembang menjadi gelombang kedua pertumbuhan 2.1.2 Memahami alasan perusahaan berkonsentrasi pada model pendapatan dan analisis proses bisnis, alih-alih model bisnis ketika mereka melakukan inisiatif perdagangan elektronik 3.1.3 Memahami kekuatan ekonomi telah menciptakan lingkungan bisnis yang mendukung mendorong gelombang kedua perdagangan elektronik 4.1.4 Memahami Bagaimana bisnis menggunakan rantai nilai dan analisis SWOT untuk mengidentifikasi peluang perdagangan elektronik 5.1.5 Memahami sifat internasional dari perdagangan elektronik dan tantangan yang muncul dalam melakukan perdagangan elektronik dalam skala global	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Microsoft Teams/Zoom/PTM[PB: 1x(3x50") Summarize Case Study[PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 1 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i>. Canada: Thomson Course Technology.	4%
2	Memahami digital business dan e-commerce	1.2.1. Mengidentifikasi komponen-komponen utama dari model bisnis e-commerce. 2.2.2 Menjelaskan mode bisnis B2C yang utama 3.2.3 Menjelaskan model bisnis B2B yang utama 4.2.4 Menjelaskan konsep dan strategi bisnis utama yang berlaku untuk e-commerce.	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Kriteria:Holistic RubricCriteria :Holistic RubricTeknik:Powerpoint PresentationYouTube VideoTechnique:Powerpoint PresentationYouTube Videos 3 X 50		Materi: proses bisnis dan model bisnis e-commerce Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i>. Canada: Thomson Course Technology. 2. Alan Afuah dan Christopher L. Tucci. (2003). <i>Internet Business Model dan Strategy</i>. McGraw Hill Materi: Chapter 2 Pustaka: 4. Kenneth C Loudon dan Carol Guercio Traver (2023). <i>E-Commerce: Business, technology, society, seventeenth edition</i>. Pearson.	4%
3	Memahami analisis marketplace untuk e-commerce	1.3.1 Memahami implikasi dari perubahan dalam struktur pasar terhadap cara kita berdagang dengan pelanggan dan mitra lainnya 2.3.2 Memahami model bisnis dan model pendapatan mana yang harus kita pertimbangkan yang harus kita pertimbangkan untuk memanfaatkan Internet 3.3.3 Memahami pentingnya perantara online dan perantara online dan pusat pasar untuk bisnis kita	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Kriteria:Holistic RubricCriteria :Holistic RubricTeknik:Powerpoint PresentationYouTube VideoTechnique:Powerpoint PresentationYouTube Videos 3 X 50		Materi: Chapter 2 Pustaka: 3. Dave Chaffey. (2015). <i>Digital Business and E-Commerce Management</i>. Pearson.	4%

4	Memahami penanganan infrastruktur bisnis digital	1.4.1 Memahami bagaimana asal-usul, pertumbuhan, dan struktur Internet saat ini 2.4.2 Memahami bagaimana jaringan packet-switched digabungkan untuk membentuk Internet 3.4.3 Memahami bagaimana cara kerja protokol Internet dan pengalamatan Internet 4.4.4 Memahami sejarah dan penggunaan bahasa markah di Web, termasuk SGML, HTML, dan XML 5.4.5 Memahami bagaimana Cara kerja tag HTML dan tautan di World Wide Web 6.4.6 Memahami perbedaan antara internet, intranet, dan ekstranet	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasi	Microsoft Teams[PB: 1x(3x50")] Analyze e-banking system[PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 2 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i>. Canada: Thomson Course Technology.	4%
5	Memahami e-environment pada e-commerce	1.5.1 Memahami Lingkungan Perdagangan Elektronik: Hukum, Etika, dan Masalah Pajak 2.5.2 Memahami hukum yang mengatur kegiatan perdagangan elektronik 3.5.3 Memahami hukum yang mengatur penggunaan kekayaan intelektual oleh bisnis online 4.5.4 Memahami kejahatan online, terorisme, dan peperangan 5.5.5 Memahami masalah etika yang muncul bagi perusahaan yang melakukan perdagangan elektronik 6.5.6 Memahami konflik antara keinginan perusahaan untuk mengumpulkan data tentang pelanggan mereka dan hak-hak privasi pelanggan tersebut 7.5.7 Memahami pajak yang dikenakan pada aktivitas perdagangan elektronik	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasi	Microsoft Teams[PB: 1x(3x50")] Summarize book chapter[PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 7 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i>. Canada: Thomson Course Technology.	4%
6	Memahami digital business strategy	1. Menjelaskan bagaimana strategi bisnis digital berbeda dari strategi bisnis tradisional 2. Memahami bagaimana cara mengintegrasikan strategi bisnis digital 3. Memahami bagaimana kita harus mengevaluasi prioritas investasi dan hasil dari bisnis digital	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipasi	Microsoft Teams[PB: 1x(3x50")] Group Presentation about e-commerce security[PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 5 Pustaka: 3. Dave Chaffey. (2015). <i>Digital Business and E-Commerce Management</i>. Pearson.	5%
7	Memahami manajemen supply chain e-commerce	1. Menggambarkan model supply chain e-commerce secara upstream maupun downstream pada pasar B2B 2. Menggambarkan model push & pull supply chain dan value network e-Commerce pada pasar B2B 3. Mendemonstrasikan hasil observasi pada perusahaan e-commerce	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Microsoft Teams[PB: 1x(3x50")] Diskusi kelas[PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 5 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i>. Canada: Thomson Course Technology.	7%

8	Ujian Tengah Semester	Ujian Tengah Semester	Kriteria: pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Tes	offline test 3 X 50		Materi: definisi dan karakteristik dasar dari E-Commerce, proses bisnis dan model bisnis e-commerce, bisnis model B2C dan B2B, proses transaksi di e-commerce, manajemen supply chain e-commerce Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i> . Canada: Thomson Course Technology. 2. Alan Afuah dan Christopher L. Tucci. (2003). <i>Internet Business Model dan Strategy</i> . McGraw Hill	15%
9	Memahami konsep aplikasi mobile e-commerce	1.9.1 Memahami jejaring sosial dan aktivitas bisnis online 2.9.2 Memahami penggunaan perangkat seluler untuk melakukan bisnis online 3.9.3 3. Memahami lelang online dan bisnis yang berhubungan dengan lelang	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Creating prototype for e-commerce apps [PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 6 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i> . Canada: Thomson Course Technology.	4%
10	Memahami E-Procurement pada E-Commerce B2B	1.10.1 Memahami manfaat dan risiko apa saja yang terkait dengan e-procurement 2.10.2 Memahami metode e-procurement mana yang harus digunakan 3.10.3 Memahami masalah organisasi dan teknis apa saja yang terlibat dalam memperkenalkan e-procurement	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Creating prototype for e-commerce apps [PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 7 Pustaka: 3. Dave Chaffey. (2015). <i>Digital Business and E-Commerce Management</i> . Pearson.	4%
11	Memahami Digital Marketing	1.11.1 Memahami bagaimana mengintegrasikan pendekatan pemasaran tradisional dengan pemasaran digital 2.11.2 Memahami bagaimana cara menggunakan komunikasi elektronik untuk membedakan produk dan layanan 3.11.3 Mampu mendefinisikan ulang bauran pemasaran dan komunikasi untuk menggabungkan media baru	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Analisis penerapan e-procurement di e-commerce [PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 8 Pustaka: 3. Dave Chaffey. (2015). <i>Digital Business and E-Commerce Management</i> . Pearson.	4%
12	Memahami Pemasaran dan Periklanan E-commerce	1.12.1 Memahami fitur-fitur utama audiens online, konsep dasar perilaku konsumen dan pembelian, dan bagaimana konsumen berperilaku secara online 2.12.2 Mengidentifikasi dan menjelaskan strategi dan alat pemasaran dan periklanan perdagangan digital dasar 3.12.3 Mengidentifikasi dan mendeskripsikan teknologi utama yang mendukung pemasaran online 4.12.4 Memahami biaya dan manfaat komunikasi pemasaran online	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Kriteria: Holistic Rubric Teknik: Powerpoint Youtube Video 3 X 50		Materi: Chapter 5 Pustaka: 1. Schneider, G. P. (2004) <i>Electronic Commerce: The Second Wave</i> . Canada: Thomson Course Technology.	4%

13	Memahami Electronic Commerce Security	1.13.1 Memahami Electronic Commerce Security 2.13.2 Memahami bagaimana keamanan untuk komputer klien 3.13.3 Memahami bagaimana Keamanan untuk saluran komunikasi antar komputer 4.13.4 Memahami bagaimana Keamanan untuk komputer server 5.13.5 Mampu menjelaskan organisasi yang mempromosikan keamanan komputer, jaringan, dan Internet	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Kriteria: Holistic Rubric Teknik: Powerpoint Youtube Video 3 X 50		Materi: Chapter 10 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology.</i>	4%
14	Memahami Implementasi layanan bisnis digital dan optimisasi	1.14.1 Mampu mengimplementasikan tindakan yang dapat dilakukan untuk meminimalkan risiko 2.14.2 Mampu mengimplementasikan pemilihan sistem yang paling tepat 3.14.3 Mampu memahami cara mencapai transisi dari sistem sebelumnya ke sistem bisnis digital yang baru 4.14.4 Mampu memahami teknik yang tersedia untuk mengukur dan mengoptimalkan layanan	Kriteria: Rubrik holistik Bentuk Penilaian : Aktifitas Partisipatif	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] Merancang strategi periklanan e-commerce [PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 12 Pustaka: 4. <i>Kenneth C Loudon dan Carol Guercio Traver (2023). E-Commerce: Business, technology, society, seventeenth edition. Pearson.</i>	5%
15	Mampu mengimplementasikan informasi produk pada website	15.1. Mendemonstrasikan hasil observasi website pada perusahaan e-commerce	Kriteria: rubrik penilaian Bentuk Penilaian : Praktik / Unjuk Kerja	Microsoft Teams [PB: 1x(3x50")] E-commerce Digital performance analysis report [PT KM: (1 1)x(3x60")] 3 X 50		Materi: Chapter 12 Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology.</i>	8%
16	Ujian Akhir Semester	Ujian Akhir Semester	Kriteria: pedoman penskoran Bentuk Penilaian : Tes	Test Tulis 3 X 50		Materi: konsep aplikasi mobile e-commerce, e-procurement pada e-commerce B2B, strategi pemasaran digital pada e-commerce, Konsep periklanan pada e-commerce, tampilan e-commerce website Pustaka: 1. <i>Schneider, G. P. (2004) Electronic Commerce: The Second Wave. Canada: Thomson Course Technology.</i> 2. <i>Alan Afuah dan Christopher L. Tucci. (2003). Internet Business Model dan Strategy. McGraw Hill</i>	20%

Rekap Persentase Evaluasi : Case Study

No	Evaluasi	Persentase
1.	Aktifitas Partisipatif	50%
2.	Praktik / Unjuk Kerja	15%
3.	Tes	35%
		100%

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-CPMK 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.
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 proporsional dengan tingkat kesulitan pencapaian sub-CPMK tsb., dan totalnya 100%.
12. TM=Tatap Muka, PT=Penugasan terstruktur, BM=Belajar mandiri.

RPS ini telah divalidasi pada tanggal 25 Desember 2023

Koordinator Program Studi S1
Manajemen



YUYUN ISBANAH
NIDN 0028128601

UPM Program Studi S1 Manajemen



NIDN 0020127509

File PDF ini digenerate pada tanggal 25 Desember 2025 Jam 19:51 menggunakan aplikasi RPS-OBE SiDia Unesa

