

KONTRAK PERKULIAHAN MATA KULIAH E COMMERCE

Nama Program Studi	: Pendidikan Ekonomi
Nama Mata Kuliah	: E Commerce
Hari/Waktu	:
Dosen PJ	: Dr. Pujiati, M.Pd.
Tempat Pertemuan	: Room E

1. Manfaat Mata Kuliah

Kemampuan memahami perkembangan teknologi dan transaksi ekonomi di era digital sangatlah penting. Mata kuliah ini memberikan manfaat kepada mahasiswa dalam hal mengaplikasikan konsep-konsep dasar *e commerce* dalam berbagai kebutuhan media promosi dengan baik dan benar, serta bertanggungjawab.

2. Deskripsi Singkat Mata Kuliah

Mata kuliah ini membahas tentang konsep *E-commerce*, definisi dan karakteristik, contoh *e commerce*, fungsi dan manfaat *e commerce*, klasifikasi *e commerce*, peran strategis *e commerce* dalam meningkatkan perdagangan lokal, nasional, dan internasional, proses dan model bisnis *e commerce*, *search engine marketing*, dasar-dasar beriklan di dunia maya serta peluang yang dapat dicapai, proses transaksi di *e commerce*, transaksi yang aman di *e commerce*, manajemen *supply chain e commerce*, membuat perencanaan toko online di *e commerce marketplace*, merencanakan *procurement* di project toko online di *e commerce*, merencanakan strategi pemasaran digital toko online di *e commerce marketplace*, merancang evaluasi kinerja dan solusi penjualan dan pemasaran toko online di *e commerce marketplace*.

3. Capaian Pembelajaran

Setelah menyelesaikan mata kuliah ini mahasiswa mampu mengaplikasikan konsep-konsep dasar *e commerce* dalam berbagai kebutuhan media promosi dengan baik dan benar, serta bertanggungjawab.

4. Capaian Pembelajaran

Pada akhir perkuliahan, diharapkan mahasiswa mampu:

- Mahasiswa mampu mengemukakan definisi dan karakteristik dasar dari *E-Commerce*.
- Mahasiswa mampu memberikan contoh *e commerce* yang sudah ada saat ini.
- Mahasiswa mampu mendeskripsikan fungsi manfaat *e commerce*.
- Mahasiswa mampu menjelaskan Klasifikasi *E-Commerce*.

Kontrak Perkuliahan e Commerce

- Mahasiswa mampu menganalisis peran strategis dari *e commerce* dalam meningkatkan perdagangan lokal, nasional, dan global.
- Mahasiswa mampu membandingkan proses bisnis dan model bisnis *e-commerce* berbasis website dan mobile app.
- Mahasiswa mengetahui dasar Search Engine Marketing (SEM).
- Mahasiswa mampu menjelaskan dasar-dasar beriklan di dunia maya (google ads) serta peluang yang bisa dicapai.
- Mahasiswa mampu menjelaskan tentang proses transaksi di *e-commerce*.
- Mahasiswa mampu menjelaskan transaksi *e-commerce* yang aman.
- Mahasiswa mampu menjelaskan manajemen supply chain *e-commerce*.
- Mahasiswa membuat perencanaan toko online di *e-commerce marketplace*.
- Mahasiswa mampu merencanakan *e-procurement* di project toko online di *e-commerce marketplace*.
- Mahasiswa mampu merencanakan strategi pemasaran digital toko online di *e-commerce marketplace*.
- Mahasiswa mampu mengevaluasi kinerja dan merancang solusi penjualan dan pemasaran toko online di *e-commerce marketplace*.

5. Strategi Pembelajaran

Pengalaman belajar pada mata kuliah ini menggunakan pendekatan *case methode* dan *team base project*. Pembelajaran pedagogi yang mengapresiasi kegiatan pembelajaran secara interaktif. Pembelajaran diberikan dalam bentuk diskusi interaktif, dan latihan serta penugasan terbimbing maupun penyelesaian kasus dan project baik secara mandiri maupun berkelompok. Tujuan penggunaan metode yang bervariasi dalam pembelajaran untuk mendorong munculnya *curiosity*, kontribusi, dan partisipasi mahasiswa dalam kegiatan pembelajaran melalui ragam aktivitas belajar baik di kelas maupun di luar kelas. Mahasiswa dituntut berperan aktif untuk memahami topik yang dibahas. Karena itu mahasiswa diwajibkan membaca dan mengkaji materi sebelumnya.

6. Tugas

Daftar kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan oleh mahasiswa yaitu:

- Memilih dan mengkaji minimal 5 journal nasional & internasional sesuai bidang yang diminati,
- Membuat ringkasan dari minimal 5 journal yang telah dipilih, file ringkasan dipresentasikan via youtube maksimal 10 menit,
- Observasi maya terkait dengan *e commerce* dan diskusi penyelesaian kasus,
- Merancang toko online di *e commerce*,
- Menyusun strategi penjualan dan pemasaran online di *e commerce*,
- Presentasi project

7. Materi/Sumber Belajar

- ✓ Schneider, G. P. (2004) *Electronic Commerce: The Second Wave*. Canada: Thomson Course Technology.
- ✓ Alan Afuah dan Christopher L Tucci. (2003). *Internet Business Model dan Strategy*. McGraw Hill.

Kontrak Perkuliahan *e Commerce*

- ✓ Dave Chaffey. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management*. Pearson.
- ✓ Archjät, Didi. 2000. Potensi, Manfaat, dan Problem E Commerce di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vo. 15 No. 3. Hal 388-395.
- ✓ Hayati, Adis Nur. 2021. Analisis Tantangan dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha pada Sektor E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*. Vol 21 No. 1.
- ✓ Unggara, et.al. 2021. The Productivity of Indonesian e Commerce Evidence From a Digital Merchant Survey. *International Journal of Economic, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. Vo. 5 Issue 4.
- ✓ Lain-lain yang relevan

8. Penilaian

Penilaian dilakukan oleh dosen dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

A	≥ 76
B+	71-75
B	66-70
C+	61-65
C	56-60
D	51-55
E	≤50

Bobot penilaian akhir:

1. Project	30%
2. Activity Partisipatif	20%
3. Tugas	20%
4. UTS	10%
5. UAS	10%
6. Quis	10%

Kriteria penilaian :

- Ketepatan, sistematika, dan relevansi
- Originalitas, Kebenaran isi, Konsistensi;
- Ketepatan tata tulis sesuai dengan ejaan bahasa Indonesia yang benar dan sesuai dengan standar APA dalam penyajian tabel, gambar, penulisan rujukan dan penulisan sitasi;
- Konsistensi dalam penggunaan istilah, warna (jika ada) simbol dan lambang

9. Jadwal Pembelajaran

Pertemuan ke	Topik Bahasan
I	<i>Kuliah pertama: Penjelasan umum kontrak perkuliahan dan materi secara keseluruhan; pengenalan setiap mahasiswa, pembagian kelompok. Definisi dan karakteristik dasar dari E-Commerce.</i>
II	<i>Contoh e commerce yang sudah ada saat ini.</i>
III	<i>Fungsi manfaat e commerce</i>
IV	<i>Klasifikasi E-Commerce</i>

V	<i>Peran strategis dari e commerce dalam meningkatkan perdagangan lokal, nasional, dan global.</i>
VI	<i>Proses bisnis dan model bisnis e- commerce berbasis website dan mobile app.</i>
VII	<i>Ujian Tengah Semester</i>
VIII	<i>Dasar Search Engine Marketing (SEM).</i>
IX	<i>Dasar-dasar beriklan di dunia maya (google ads) serta peluang yang bisa dicapai.</i>
X	<i>Proses transaksi di e- commerce.</i>
XI	<i>Transaksi e- commerce yang aman</i>
XII	<i>Manajemen supply chain e-commerce</i>
XIII	<i>Perencanaan toko online di e- commerce marketplace.</i>
XIV	<i>Merencanakan strategi pemasaran digital toko online di e-commerce marketplace</i>
VX	<i>Mengevaluasi kinerja dan merancang solusi penjualan dan pemasaran toko online di e-commerce marketplace</i>
XVI	<i>Ujian Akhir Semester</i>

10. Tata Tertib

- Apabila mahasiswa tidak hadir hendaknya ada pemberitahuan dan minimal kehadiran 80%.
- Penyelesaian tugas sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- No cheat no plagiarism.

Bandar Lampung, Agustus 2024

Mahasiswa,

Dosen PJ,

.....

Dr. Pujiati, M.Pd.