

Mata Kuliah E-Commerce | KTI620308

Kontrak Kuliah dan RPS

Pertemuan ke 1

Disusun Oleh: Indah Khoerunnisa



25 Agustus 2025

Dosen Pengampu



Dr. Rangga Firdaus, M.Kom.



Wartariyus, S.Kom., M.T.I.



Indah Khoerunnisa, S.Pd., M.Pd.

Mata kuliah E-Commerce merupakan mata kuliah yang **mengkaji secara mendalam tentang strategi, proses, dan teknologi yang mendasari perdagangan elektronik**. Melalui mata kuliah ini, mahasiswa akan **memahami bagaimana transaksi bisnis dilakukan secara online, termasuk optimalisasi penggunaan platform e-commerce, manajemen rantai pasokan digital, pemasaran online, analisis data konsumen, dan isu-isu yang terkait**.



Deskripsi Mata Kuliah





Identitas Mata Kuliah

Nama MK	E-Commerce
Kode MK	KTI620308
Bobot (SKS)	2 SKS (T=2; P=0)
Wajib/Pilihan	Wajib
Semester	5
Mata Kuliah Prasyarat	Tidak ada





Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)



Menunjukkan sikap bertanggung jawab atas pekerjaan di bidang keahlian secara mandiri



Menguasai teori, konsep, model bisnis, tren, dan praktik terkini dalam e-commerce, termasuk strategi pemasaran digital, riset pasar, dan manajemen toko online.



Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu, dan terukur



Mampu mengimplementasikan teknologi e-commerce untuk membangun, mengelola, dan mengoptimalkan bisnis digital berbasis website atau mobile dengan memanfaatkan berbagai tools dan strategi pemasaran online.



Rencana Perkuliahan

Pertemuan	Organisasi Materi
1	Kontrak Perkuliahan
2	Konsep dasar e-commerce dan klasifikasi model bisnis e-commerce (B2B, B2C, C2C, C2B)
3	Market Research and Objective
4	Product Knowledge
5	Store Reputation
6-7	E-Commerce Marketing
8	Ujian Tengah Semester (UTS)



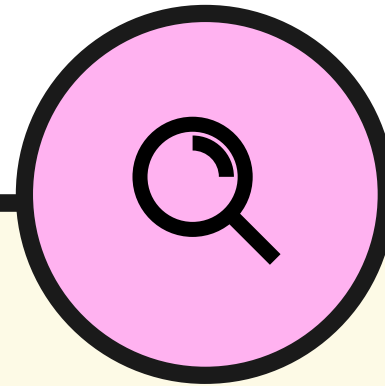


Rencana Perkuliahan

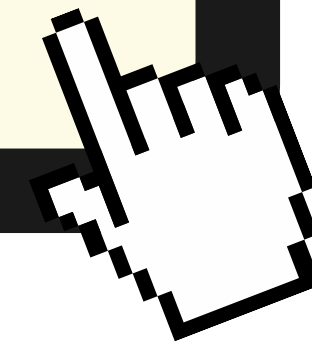
Pertemuan	Organisasi Materi
9-10	Memahami konsep Bisnis Digital dan E-Commerce
11	Sosial Media Marketing
12	Affiliate Marketing
13	Konsep Build Online Shop pada E-Commerce
14-15	Diskusi Kelompok pengembangan Bisnis E-Commerce
16	UAS



Strategi Pembelajaran



Flipped Classroom,
Case Method, PjBL



Flipped Classroom



Pre-Class

- Mahasiswa mempelajari materi melalui Vclass
- Menonton video pembelajaran / membaca buku referensi/ bahan bacaan
- Mengumpulkan tugas analisis awal



In-class

- Diskusi interaktif dan presentasi hasil tugas
- Studi kasus dan problem-solving
- Praktik langsung penerapan konsep



Post-class

- Refleksi pembelajaran
- Persiapan materi untuk pertemuan berikutnya



Range Penilaian	
A	76 – 100
B+	71 – 75
B	66 – 70
C+	61 – 65
C	56 – 60
D	50 – 55
E	0 – 49

Penilaian dan % Bobot Nilai





Penilaian dan % Bobot Nilai

Penilaian	Aspek Penilaian	Presentase
UTS	Nilai Keaktifan (Keterlibatan Diskusi dalam proses pembelajaran dan Presensi Kehadiran)	15%
	Tugas Individu	20%
	Tugas Kelompok	20%
	Kuis	15%
	UTS	30%
UAS	Nilai Keaktifan (Keterlibatan Diskusi dalam proses pembelajaran dan Presensi Kehadiran)	25%
	Nilai Tugas (Review Buku, Analisis, dan Presentasi)	25%
	Ujian Akhir Semester	50%
Hasil Akhir = Rata-rata (UTS & UAS)		



Tata Tertib



01 Mahasiswa wajib memenuhi kriteria kehadiran minimal 80% atau 13 pertemuan dari tatap muka yang terlaksana.

02 Mahasiswa wajib mengikuti ujian yaitu UTS dan UAS. Pelaksanaan ujian disesuaikan kesepakatan dan kesiapan mahasiswa, dan tidak ada ujian susulan kecuali sakit/ musibah/bencana (dengan bukti kuat).

03 Berpakaian dan berperilaku sesuai dengan etika dan peraturan akademik.

04 Toleransi keterlambatan 15 menit.

05 Mahasiswa harus bersikap jujur dalam ucapan maupun perilaku baik saat mengikuti perkuliahan tatap muka maupun ujian.

06 Tidak diperkenankan melakukan keributan di kelas dalam bentuk apapun selama perkuliahan berlangsung, kecuali pada saat diskusi.

07 Tidak diperkenankan melakukan keributan di kelas dalam bentuk apapun selama perkuliahan berlangsung, kecuali pada saat diskusi.



Tugas untuk Pertemuan 2

Analisis Model Bisnis E-Commerce pada Marketplace

Deskripsi Tugas:

- Mahasiswa mempelajari konsep dasar e-commerce melalui video pembelajaran dan bahan bacaan, kemudian melakukan analisis model bisnis pada salah satu marketplace pilihan.



Menonton Video:

- Tonton video tentang Sejarah & Perkembangan E-Commerce yang telah disediakan di Vclass.
- Membuat resume/ poin-poin penting tentang evolusi e-commerce dari awal kemunculannya hingga tren terkini.

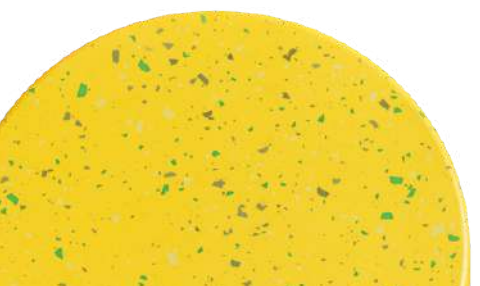
Penyusunan Laporan Ringkasan:

- Hasil analisis dibuat dalam bentuk ringkasan tertulis:
- Format: Times New Roman, ukuran 12, spasi 1.5.
- Sertakan poin-poin penting dari video sejarah e-commerce pada bagian pendahuluan.
- Pengumpulan Tugas:
- Upload hasil ringkasan melalui LMS.
- Deadline: H-1 sebelum pertemuan 2.



Analisis Marketplace:

- Pilih satu marketplace (Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Amazon, dll.).
- Analisis model bisnis e-commerce yang digunakan:
 - Jenis model bisnis: B2B, B2C, C2C, atau C2B.
 - Produk/jasa utama yang ditawarkan.
 - Target pasar dan segmen pengguna.
- Identifikasi kelebihan dan kelemahan model bisnis marketplace tersebut.
-





Vclass MK E-Commerce





Terima Kasih