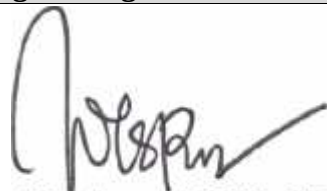
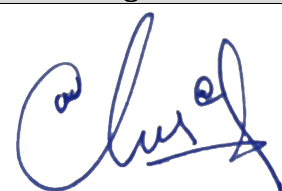




**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER
PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS - UNIVERSITAS WIRARAJA**

MATA KULIAH		KODE	Rumpun MK	BOBOT (sks)		SEMESTER	Direvisi
E-Bisnis 2		BDG3404	Teknologi Informasi	T = 3	P = 0	III (Tiga)	0
OTORISASI		Pengembang RPS		Koordinator Rumpun MK		Ketua Program Studi	
		 Dewi Wulansari, S.ST., M.M.				 Moh. Baqir Ainun, S.E., M.A.	
CAPAIAN PEMBELAJARAN		CPL-PRODI					
		(S3) Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat,berbangsa, bernegara, dan kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila. (S9) Menunjukkan sikap bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri. (S10) Menginternalisasi semangat kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan. (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. (KU3) Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan nilai humaniora sesuai dengan keahliannya berdasarkan kaidah, tata cara dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni. (KK6) Mampu merancang dan menghasilkan sebuah inovasi dalam bidang kewirausahaan yang berbasis teknologi atau sebagai Technopreneur dalam rangka menciptakan knowledge based economy. (P2) Mampu merencanakan, merancang, melaksanakan, dan mengoperasikan sumber daya dalam penyelesaian masalah bidang sistem informasi. (P4) Mampu bekerja sama dalam tim, menerapkan dasar-dasar soci – engenering serta menyesuaikan diri terhadap perubahan dan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi dalam bidang sistem informasi. (P5) Mampu menerapkan <i>technopreneurship</i> dan <i>soft skill</i>.					

	CP-MK (Kemampuan Akhir Yang Diharapkan)	
	CP-MK 1	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar E-Commerce
	CP-MK 2	Mahasiswa Mampu Memahami (Search Engine Optimation (SEO) pada E-Commerce
	CP-MK 3	Mahasiswa Mampu Membedakan Berbagai Sistem Pembayaran yang Digunakan E-Commerce
	CP-MK 4	Mahasiswa Mampu Memahami Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada E-Bisnis
	CP-MK 5	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar Enterprise Resource Planning (ERP)
	CP-MK 6	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar Value Chain Management (VCM)
	CP-MK 7	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar Supply Chain Management (SCM)
	CP-MK 8	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar Customer Relationship Management (CRM)
	CP-MK 9	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Pemasaran Digital (Digital Marketing)
	CP-MK 10	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep E-Procurement
	CP-MK 11	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep E-Government
	CP-MK 12	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Marketplace
	CP-MK 13	Mahasiswa Mampu Membuat Toko Online di Marketplace
DESKRIPSI SINGKAT MK	Pada mata kuliah ini mahasiswa diberikan pengetahuan dan pemahaman secara komprehensif tentang penggunaan elektronik bisnis dalam berbagai kegiatan usaha serta memiliki kemampuan tentang pengelolaan elektronik bisnis yang dapat meningkatkan kinerja usaha.	
MATERI PEMBELAJARAN	Pokok Bahasan	
	1. Konsep Dasar E-Commerce 2. SEO pada E-Commerce 3. Sistem Pembayaran E-Commerce 4. Sistem Informasi Manajemen pada E-Bisnis 5. Enterprise Resource Planning (ERP) 6. Value Chain Management (VCM) 7. Supply Chain Management (SCM) 8. Customer Relationship Management (CRM) 9. Pemasaran Digital 10. E-Procurement 11. E-Government	

	12. Marketplace 13. Membuat Toko Online di Marketplace					
Pustaka	Utama :					
	1. Deasy Purwaningtias dkk, 2020, “E-Business; Konsep Dasar E-Business Di Era Digital“, Graha Ilmu, Yogyakarta.					
	2. Romindo dkk, 2019, “E-Commerce: Implementasi, Strategi Dan Inovasinya”, Yayasan Kita Menulis.					
	Pendukung :					
	1. Dr. Richardus Eko Indrajit, 2002, “Konsep dan Strategi E-Business”, Aptikom, Jakarta.					
	2. Dr. Richardus Eko Indrajit, 2002, “Electronic Commerce – Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya”, Aptikom, Jakarta.					
Media Pembelajaran	Software :		Hardware :			
	Microsoft Office (Power Point)		PC & LCD Projector White boards & spidol			
Team Teaching	-					
Assessment	Tugas dan Ujian					
Mata Kuliah Syarat	-					
Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
TM-1	Mahasiswa Memahami Kontrak Kuliah ”E-Bisnis 2”	✓ Memahami Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK) ✓ Memahami Sub CPMK ✓ Memahami Metode Pembelajaran yang digunakan ✓ Memahami Tata Tertib Perkuliahan ✓ Memahami Sistem Penilaian Mata Kuliah	-	Ceramah	Kontrak Kuliah a) RPS b) Metode Perkuliahan c) Tugas d) Tata Tertib Perkuliahan e) Sistem Penilaian	-

Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
TM-2	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar E-Commerce	✓ Memahami Definisi dan Latar Belakang Munculnya E-Commerce ✓ Memahami Karakteristik E-Commerce ✓ Menjelaskan Komponen E-Commerce ✓ Memahami Cara Kerja E-Commerce ✓ Menjelaskan Manfaat E-Commerce ✓ Menjelaskan Dampak Negatif E-Commerce ✓ Menjelaskan Resiko E-Commerce ✓ Membedakan Jenis Produk E-Commerce	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Konsep Dasar E-Commerce a) Definisi dan Latar Belakang Munculnya E-Commerce b) Karakteristik E-Commerce c) Komponen E-Commerce d) Cara Kerja E-Commerce e) Manfaat E-Commerce f) Dampak Negatif E-Commerce g) Resiko E-Commerce h) Jenis Produk E-Commerce	5%
TM-3	Mahasiswa Mampu Memahami (Search Engine Optimation (SEO) pada E-Commerce	✓ Memahami Definisi SEO ✓ Memahami Cara Kerja SEO dan SERP ✓ Membedakan Jenis-jenis SEO ✓ Memahami Indikator SEO ✓ Menjelaskan Faktor SEO Ranking ✓ Menjelaskan Pentingnya SEO bagi Website dan Bisnis	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	SEO pada E-Commerce a) Definisi SEO b) Cara Kerja SEO c) Jenis-jenis SEO d) Indikator SEO e) Faktor SEO Ranking f) Pentingnya SEO	5%

Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
TM-4	Mahasiswa Mampu Membedakan Berbagai Sistem Pembayaran yang Digunakan E-Commerce	✓ Memahami Definisi Sistem Pembayaran ✓ Membedakan Jenis Metode Pembayaran ✓ Memahami E-Payment dan Manfaatnya ✓ Membedakan Jenis Metode Pembayaran E-Commerce	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Sistem Pembayaran E-Commerce a) Definisi Sistem Pembayaran b) Jenis Metode Pembayaran c) E-Payment dan Manfaatnya d) Jenis Metode Pembayaran E-Commerce	5%
TM-5	Mahasiswa Mampu Memahami Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada E-Bisnis	✓ Memahami Definisi SIM ✓ Menjelaskan Hubungan SIM dengan E-Bisnis ✓ Menjelaskan Manfaat SIM ✓ Menjelaskan Komponen SIM ✓ Memahami Contoh Penerapan SIM pada E-Bisnis	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Sistem Informasi Manajemen pada E-Commerce a) Definisi SIM b) Hubungan SIM dengan E-Bisnis c) Manfaat SIM d) Komponen SIM e) Contoh Penerapan SIM pada E-Bisnis	5%

Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
TM-6	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar Enterprise Resource Planning (ERP)	✓ Memahami Definisi ERP ✓ Memahami Tujuan Sistem ERP ✓ Memahami Modul-modul ERP ✓ Memahami Konsep Dasar ERP ✓ Memahami Implementasi ERP ✓ Menjelaskan Kelebihan dan Kekurangan ERP ✓ Memahami Cara Kerja ERP	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Enterprise Resource Planning (ERP) a) Definisi ERP b) Tujuan Sistem ERP c) Modul-modul ERP d) Konsep Dasar ERP e) Implementasi ERP f) Kelebihan dan Kekurangan ERP g) Cara Kerja ERP h) Contoh ERP	5%
TM-7	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar Value Chain Management (VCM)	✓ Memahami Definisi VCM ✓ Membedakan Model Value Chain Porter ✓ Memahami Cara Analisis Value Chain ✓ Memahami Strategi Value Chain ✓ Menjelaskan Keuntungan dan Kekurangan Analisis Value Chain	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Value Chain Management (VCM) a) Definisi VCM b) Model Value Chain Porter c) Cara Analisis Value Chain d) Strategi Value Chain e) Keuntungan dan Kekurangan Analisis Value Chain	5%
TM-8	UTS (UJIAN TENGAH SEMESTER)					15%

Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
TM-9	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar Supply Chain Management (SCM)	✓ Memahami Definisi SCM ✓ Menjelaskan Tujuan dan Manfaat SCM ✓ Membedakan Jenis-jenis SCM ✓ Menjelaskan Prinsip-prinsip SCM ✓ Memahami Proses Bisnis SCM	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Supply Chain Management (SCM) a) Definisi SCM b) Tujuan dan Manfaat SCM c) Jenis-jenis SCM d) Prinsip-prinsip SCM e) Proses Bisnis SCM f) Contoh SCM	5%
TM-10	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Dasar Customer Relationship Management (CRM)	✓ Memahami Definisi CRM ✓ Menjelaskan Tujuan dan Fungsi CRM ✓ Menjelaskan Manfaat CRM ✓ Menjelaskan Komponen CRM ✓ Memahami Tahapan dalam CRM Sederhana dari Sebuah Organisasi ✓ Menjelaskan Cara Membangun CRM	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Customer Relationship Management (CRM) a) Definisi CRM b) Tujuan dan Fungsi CRM c) Manfaat CRM d) Komponen CRM e) Tahapan CRM f) Cara Membangun CRM	5%

Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
TM-11	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Pemasaran Digital (Digital Marketing)	✓ Memahami Definisi Pemasaran Digital ✓ Menjelaskan Manfaat Pemasaran Digital ✓ Membedakan Jenis-jenis Pemasaran Digital ✓ Memahami Cara Memulai Pemasaran Digital ✓ Memahami Strategi Pemasaran Digital ✓ Menjelaskan Kesalahan Umum pada Pemasaran Digital	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Pemasaran Digital (Digital Marketing) a) Definisi Pemasaran Digital b) Manfaat Pemasaran Digital c) Jenis-jenis Pemasaran Digital d) Cara Memulai Pemasaran Digital e) Strategi Pemasaran Digital f) Kesalahan Umum pada Pemasaran Digital	5%
TM-12	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep E-Procurement	✓ Memahami Definisi E-Procurement ✓ Menjelaskan Tujuan dan Manfaat E-Procurement ✓ Membedakan Jenis-jenis E-Procurement ✓ Menjelaskan Prinsip-Prinsip Penerapan E-Procurement ✓ Menjelaskan Tahap Pelaksanaan E-Procurement	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	E-Procurement a) Definisi E-Procurement b) Tujuan dan Manfaat E-Procurement c) Jenis-jenis E-Procurement d) Prinsip-prinsip Penerapan E-Procurement e) Tahap Pelaksanaan E-Procurement	5%

Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
TM-13	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep E-Government	✓ Memahami Definisi E-Government ✓ Menjelaskan Fungsi dan Manfaat E-Government ✓ Membedakan Jenis-jenis E-Government ✓ Menjelaskan Prinsip-prinsip E-Government ✓ Menjelaskan Kelebihan dan Kekurangan E-Government ✓ Menjelaskan Tahapan dalam Membangun E-Government ✓ Memahami Perkembangan E-Government di Indonesia	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	E-Government a) Definisi E-Government b) Fungsi dan Manfaat E-Government c) Jenis-jenis E-Government d) Prinsip-prinsip E-Government e) Kelebihan dan Kekurangan E-Government f) Tahapan dalam Membangun E-Government g) Perkembangan E-Government di Indonesia	5%

Mg Ke-	Sub-CP-MK (kemampuan Akhir yang diharapkan)	Indikator	Kriteria dan Bentuk Penilaian	Metode Pembelajaran [Estimasi Waktu]	Materi Pembelajaran [Pustaka]	Bobot Penilaian (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
TM-14	Mahasiswa Mampu Memahami Konsep Marketplace	✓ Memahami Definisi Marketplace ✓ Membedakan Marketplace dengan Toko Online ✓ Membedakan Jenis-jenis Marketplace ✓ Menjelaskan Kelebihan dan Kekurangan Marketplace ✓ Menyebutkan Contoh Marketplace Terbesar di Indonesia	- Pertanyaan Lisan - Soal Essay dengan kriteria penskoran	- Ceramah - Diskusi (3 x 50 menit)	Marketplace a) Definisi Marketplace b) Perbedaan Marketplace dengan Toko Online c) Jenis-jenis Marketplace d) Kelebihan dan Kekurangan Marketplace e) Contoh Marketplace Terbesar di Indonesia	5%
TM-15	Mahasiswa Mampu Membuat Toko Online di Marketplace	✓ Mampu menyusun langkah-langkah menjadi penjual/seller di salah satu Marketplace	- Penugasan	- Penugasan (3 x 50 menit)	Penugasan sesuai format ketentuan	5%
TM-16	UAS (UJIAN AKHIR SEMESTER)					20%

RANCANGAN TUGAS MAHASISWA I

Kode Mata Kuliah	BDG3404
Nama Mata Kuliah	E-Bisnis2
Kemampuan akhir yang diharapkan	Mahasiswa mampu menyusun langkah-langkah berbelanja online di marketplace
Dosen Pengampu	Dewi Wulansari, S.ST., M.M.
Minggu/Pertemuan Ke	7 (Tujuh)
Tugas Ke	I (Satu)
1. Tujuan Tugas Mahasiswa mampu menyusun langkah-langkah berbelanja online di marketplace. 2. Uraian Tugas - Mahasiswa memilih salah satu dari marketplace yang ada (shopee/ bukalapak/ tokopedia/ lazada/ blibli/ bhinneka/ jd.id) - Langkah dimulai dari mengakses situs/<i>website</i>/aplikasi sampai dengan proses transaksi pembayaran selesai. - Dari setiap langkah yang dilakukan disertai <i>screenshoot</i>. - Metode pembayaran yang dipakai selain <i>COD (Cash On Delivery)</i> 3. Kriteria Penilaian - Tata bahasa : 30% - Ketepatan Penyusunan : 60% - Ketepatan waktu pengumpulan: 10%	

RANCANGAN TUGAS MAHASISWA II

Kode Mata Kuliah	BDG3404
Nama Mata Kuliah	E-Bisnis2
Kemampuan akhir yang diharapkan	Mahasiswa mampu menyusun langkah-langkah menjadi penjual/seller di marketplace
Dosen Pengampu	Dewi Wulansari, S.ST., M.M.
Minggu/Pertemuan Ke	15 (Lima Belas)
Tugas Ke	II (Dua)
1. Tujuan Tugas Mahasiswa mampu menyusun langkah-langkah menjadi penjual/seller di marketplace. 2. Uraian Tugas - Mahasiswa memilih salah satu dari marketplace yang ada (shopee/ bukalapak/ tokopedia/ lazada/ blibli/ bhinneka/ jd.id) - Beri nama toko dengan “NAMA LENGKAP” kalian masing-masing - Langkah dimulai dari mengakses situs/<i>website</i>/aplikasi sampai dengan proses penambahan produk selesai. - Dari setiap langkah yang dilakukan disertai <i>screenshoot</i>. 3. Kriteria Penilaian - Tata bahasa : 30% - Ketepatan Penyusunan : 60% - Ketepatan waktu pengumpulan: 10%	