




Mata Kuliah	E-Commerce dan Pemasaran Digital	Tanggal	31 Mei 2023
Kode MK	MAN 206	Rumpun MK	MKWP
Bobot (sks)	T (Teori): 2 P (Praktik/Praktikum): 1	Semester	4
Dosen Pengembang RPS,	Koordinator Keilmuan,   Windarko, S.T., M.M.	Kepala Program Studi,   Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S.,M.Si., CPMA.	Dekan   Dra. Clara Evi C. Citraningtyas, M.A., Ph.D.

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

**CPL – PRODI yang dibebankan pada MK**

**Capaian Pembelajaran (CP)**

23-MAN-CPL-04

Mampu menerapkan ilmu pengetahuan Manajemen secara ilmiah dan berpikir sistematis dalam menerapkan ilmu pengetahuan manajemen dan teknologi yang bermutu dan terukur.

23-MAN-CPL-07

Memiliki pemahaman mendalam konsep, teori, dan prinsip fungsi manajemen (Pemasaran, Keuangan, dan SDM), serta memahami pendekatan manajemen dalam berbagai organisasi dan bisnis pada tingkat lokal, nasional, dan internasional.

23-MAN-CPL-10

Mampu mengaplikasikan ilmu pengetahuan dalam menyelesaikan permasalahan ilmu manajemen (Pemasaran, Keuangan, dan SDM) dan kewirausahaan dengan mengadopsi teknologi digital guna memecahkan permasalahan urban.

**Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)**

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

23-MAN-CPMK-042	Mampu menerapkan teknologi yang bermutu dalam konteks manajemen dan mampu menggunakan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan untuk mengoptimalkan proses manajemen, analisis data, pengambilan keputusan, dan monitoring kinerja.
23-MAN-CPMK-071	Mampu memahami secara mendalam konsep-konsep, teori, dan prinsip-prinsip dalam fungsi manajemen utama, yaitu Pemasaran, Keuangan, dan SDM (Sumber Daya Manusia) dan memiliki pengetahuan yang kokoh tentang praktik-praktik terkini, strategi-strategi, dan metode-metode yang relevan dalam bidang-bidang tersebut.
23-MAN-CPMK-102	Mampu Menerapkan teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban yang efektif.
<b>Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)</b>	
23-MAN-CPMK-0421	Kemampuan memahami manfaat dan peran teknologi yang bermutu dalam manajemen.
23-MAN-CPMK-0422	Kemampuan menggunakan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan dalam manajemen
23-MAN-CPMK-0423	Kemampuan mengintegrasikan teknologi dalam pengambilan keputusan dan monitoring kinerja.
23-MAN-CPMK-0712	Kemampuan menerapkan pengelolaan yang efektif dalam menghadapi perubahan dan tantangan dalam lingkungan kerja yang dinamis.
23-MAN-CPMK-1021	Kemampuan memahami teknologi digital yang relevan dalam konteks perkotaan.
23-MAN-CPMK-1023	Kemampuan menerapkan teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban.

**Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK**

	23-MAN-SCPMK-0421	23-MAN-SCPMK-0422	23-MAN-SCPMK-0423	23-MAN-SCPMK-0712	23-MAN-SCPMK-1021	23-MAN-SCPMK-1023
23-MAN-CPMK-042	√	√	√			
23-MAN-CPMK-071				√		
23-MAN-CPMK-102					√	√

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER**

Kode CPL	Kode CPMK	Kode Sub CPMK	Indikator	Metode Penilaian	Bobot
23-MAN-CPL-04 23-MAN-CPL-07 23-MAN-CPL-10	23-MAN-CPMK-042	23-MAN-SCPMK-0421	Kemampuan memahami manfaat dan peran teknologi yang bermutu dalam manajemen.	Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online).	16,6%
		23-MAN-SCPMK-0422	Kemampuan menggunakan perangkat lunak dan alat-alat teknologi yang relevan dalam manajemen.	Unjuk Kerja (Presentasi, Diskusi Kelompok, Studi Kasus, dll).	16,6%
		23-MAN-SCPMK-0423	Kemampuan mengintegrasikan teknologi dalam pengambilan keputusan dan monitoring kinerja.	Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online).	16,6%
	23-MAN-CPMK-071	23-MAN-SCPMK-0712	Kemampuan menerapkan pengelolaan yang efektif dalam menghadapi perubahan dan tantangan dalam lingkungan kerja yang dinamis.	Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek).	16,6%
	23-MAN-CPMK-102	23-MAN-SCPMK-1021	Kemampuan memahami teknologi digital yang relevan dalam konteks perkotaan.	Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online).	16,6%
		23-MAN-SCPMK-1023	Kemampuan menerapkan teknologi digital dalam merumuskan solusi permasalahan urban.	Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis, Proyek).	16,6%

**Deskripsi Singkat MK**

Mata Kuliah ini merupakan mata kuliah yang mempelajari konsep, strategi, dan teknik pemasaran dalam konteks dunia digital. Mata kuliah ini berfokus pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendukung kegiatan bisnis dan pemasaran. Anda akan mempelajari berbagai aspek penting dalam E-Commerce dan pemasaran digital, mulai dari pengenalan konsep dasar hingga strategi pemasaran yang efektif. Anda akan memahami perbedaan antara pemasaran tradisional dan pemasaran digital, serta keuntungan dan manfaat yang dapat diperoleh melalui penerapan E-Commerce dan pemasaran digital. Selain itu, mata kuliah ini juga akan membahas lingkungan E-Commerce dan Pemasaran Digital, termasuk teknologi dan tren terkini yang mempengaruhi dunia bisnis online. Anda akan mempelajari peraturan dan kebijakan yang berkaitan dengan E-Commerce serta melakukan analisis pasar dan pesaing dalam konteks pemasaran digital. Teknik pemasaran digital akan menjadi bagian penting dalam mata kuliah ini. Anda akan mempelajari berbagai teknik seperti Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM) dan Pay-Per-Click (PPC) advertising, pemasaran melalui media sosial, email marketing, dan analisis konversi untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran digital.

**Bahan Kajian:**  
Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan

1. Memahami Konsep Dasar E-commerce
2. Mengembangkan Strategi Pemasaran Digital
3. Memahami Aspek Hukum dan Etika dalam E-commerce dan Pemasaran Digital
4. Menerapkan Analisis dan Optimisasi dalam E-commerce dan Pemasaran Digital

**Pustaka**

**Utama**



Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
1-2	23-MAN-SCPMK-0421	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu Mengidentifikasi definisi dan sejarah e-commerce.</li> <li>Mahasiswa mampu memahami komponen-komponen penting dalam sistem e-commerce.</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi dan Diskusi Kelompok</p>	<p>Kuliah dan Diskusi TM 1:(3 x 50")</p> <p>Kuliah dan Diskusi TM 2:(2 x 50")</p> <p>Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online). (1 X 50")</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>sumber-sumber materi pustaka yang relevan dalam bidang e-commerce</li> <li>sumber-sumber materi pustaka yang relevan dalam bidang pemasaran digital</li> </ul>	12,5
3-4	23-MAN-SCPMK-0422	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa mampu Membedakan jenis-jenis model bisnis dalam e-commerce</li> <li>Mahasiswa mampu menganalisis keuntungan dan tantangan dalam mengimplementasikan e-commerce.</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi dan Diskusi Kelompok</p>	<p>Kuliah dan Diskusi TM 3:(2 x 50")</p> <p>Unjuk Kerja (Presentasi, Diskusi Kelompok, Studi Kasus, dll). ( 1 X 50")</p>	<p>Kuliah dan Diskusi TM 4:(3 x 50")</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teori model bisnis e-commerce</li> <li>Teori analisis dari keuntungan dan tantangan sebuah e-commerce</li> </ul>	12,5
5-6	23-MAN-SCPMK-0423	<ol style="list-style-type: none"> <li>Merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran digital yang efektif.</li> <li>Menerapkan teknik SEO (Search Engine Optimization) untuk</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi dan Diskusi Kelompok</p>	<p>Kuliah dan Diskusi TM 5:(3 x 50")</p> <p>Kuliah dan Diskusi TM 6:(3 x 50")</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Program-program pemasaran</li> <li>Teknik SEO</li> </ul>	12,5

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
		meningkatkan visibilitas situs web atau platform e-commerce.					
7		<ol style="list-style-type: none"> <li>Memilih dan mengelola saluran pemasaran digital seperti media sosial, email, dan iklan online</li> <li>Memonitor dan menganalisis data pemasaran digital untuk mengukur keberhasilan promosi.</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi dan Diskusi Kelompok</p>	<p>Kuliah dan Diskusi TM 7:(2 x 50")</p> <p>Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online). ( 1 X 50")</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengelola saluran dan memonitor promosi</li> </ul>	12.5
<b>Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya</b>							
9-10	23-MAN-SCPMK-0712	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa memahami peraturan dan hukum terkait e-commerce, termasuk privasi dan keamanan data.</li> <li>Mahasiswa mampu memahami etika dalam pemasaran digital, termasuk praktik</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi, Diskusi Kelompok, dan Kuis</p>	<p>Kuliah dan Diskusi TM 9:(3 x 50")</p> <p>Kuliah dan Diskusi TM 10:(3 x 50")</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Teori peraturan dan hukum e-commerce</li> <li>Teori tentang etika dalam pemasaran digital</li> </ul>	12,5
10-11		<ol style="list-style-type: none"> <li>Mahasiswa Mampu risiko hukum dalam e-commerce dan cara mengelolanya.</li> <li>Mahasiswa Mampu Menyusun kebijakan privasi dan keamanan</li> </ol>	<p><b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan</p> <p><b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi, dan Diskusi Kelompok</p>	<p>Kuliah dan Diskusi TM 11:(2 x 50")</p> <p>Observasi (Praktik, Studi Lapangan,</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Risiko dan kebijakan serta keamanan dalam e-commerce</li> </ul>	12,5

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
		data dalam konteks e-commerce.		Karya Tulis, Proyek). (1 X 50")			
12-13	23-MAN-SCPMK-1021	1. Mahasiswa Mampu Menganalisis perilaku konsumen online dan menerapkan strategi pemasaran yang relevan.	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan  <b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi, dan Diskusi Kelompok	Kuliah dan Diskusi TM 13:(2 x 50")  Tes (Tertulis, Lisan, Tes Pengetahuan, Tes Online). (1 x 50")	Kuliah dan Diskusi TM 12:(3 x 50")	<ul style="list-style-type: none"> <li>Strategi pemasaran digital</li> </ul>	8,3
14	23-MAN-SCPMK-1023	1. Mahasiswa Mampu Menggunakan alat analisis web untuk mengukur kinerja situs web atau platform e-commerce. 2. Mahasiswa Mampu Mengoptimalkan proses konversi dan retensi pelanggan dalam e-commerce.	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan  <b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi, Diskusi Kelompok	Kuliah dan Diskusi TM 14:(3 x 50")		<ul style="list-style-type: none"> <li>Alat analisis situs web</li> <li>Optimalkan proses retensi pelanggan</li> </ul>	8,3
15		1. Mampu Mengelola risiko keamanan dalam transaksi online dan menerapkan solusi yang sesuai	<b>Kriteria:</b> Ketepatan dan Penguasaan  <b>Bentuk Penilaian:</b> Presentasi, Diskusi Kelompok, dan Kuis	Kuliah dan Diskusi TM 15:(2 x 50")  Observasi (Praktik, Studi Lapangan, Karya Tulis,		<ul style="list-style-type: none"> <li>Keamanan dalam transaksi online</li> </ul>	8,4

Minggu ke- (1)	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan) (2)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka) (7)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator (3)	Kriteria & Bentuk Penilaian (4)	Luring (5)	Daring (6)		
				Proyek). (1 x 50")			
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa						