

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN

SPT-I/03/BP/P0B-01/F-02

Issue/Revisi : A0

Mata Kuliah	E-Commerce	Tanggal	: 3 September 2025
Kode MK	: SIF302	Rumpun MK	: MKWP
Bobot (sks)	T (Teori) : 2 P (Praktik/Praktikum) : 0	Semester	: 6
Dosen Pengembang RPS, 	Koordinator Keilmuan, 	Kepala Program Studi, 	Dekan 
(Dr. Rufman Iman Akbar Effendy., MM., Mkom., IPM)	(Johannes Hamonangan Siregar, PhD)	(Chaerul Anwar, S.Kom, MTI)	(Danto Sukmajati., MSc., Ph.D)

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER		
Capaian Pembelajaran (CP)	CPL – PRODI yang dibebankan pada MK	
	23-SIF-CPL-02	Memiliki sikap kemandirian, kejujuran, dan kewirausahaan serta menunjukkan sikap integritas , profesional dan bertanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya.
	Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	
	23-SIF-CPMK-022	Mampu bersikap integritas, professional.
	23-SIF-CPMK-023	Mampu bersikap tanggung jawab terhadap bidang keahlian SI secara mandiri.
	Kemampuan Akhir Tiap Tahap Belajar (Sub-CPMK)	
	23-SIF-SCPMK-0222	Mengembangkan konsep e-commerce berdasarkan teori serta teknologi informasi yang ada.

**RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN**

**SPT-I/03/BP/P0B-
01/F-02**

Issue/Revisi : A0

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER							
	23-SIF-SCPMK-0223	Mengidentifikasi teknologi yang ada, berkaitan dengan konsep dan kebutuhan e-commerce perusahaan.					
	23-SIF-SCPMK-0224	Mengevaluasi aplikasi e commerce yang ada.					
	23-SIF-SCPMK-0225	Menerapkan pemodelan data ke dalam aplikasi e commerce.					
	23-SIF-SCPMK-0231	Menganalisis aplikasi e commerce yang ada.					
	23-SIF-SCPMK-0232	Mengevaluasi penerapan satu aplikasi e commerce dalam satu keadaan.					
	Korelasi CPMK terhadap Sub-CPMK						
		23-SIF-SCPMK-0222	23-SIF-SCPMK-0223	23-SIF-SCPMK-0224	23-SIF-SCPMK-0225	23-SIF-SCPMK-0231	23-SIF-SCPMK-0232
	23-SIF-CPMK-022	√	√	√	√		
23-SIF-CPMK-023					√	√	

Kode CPL	Kode CPMK	Kode Sub CPMK	Indikator	Metode Penilaian	Bobot
23-SIF-CPL-02	23-SIF-CPMK-022	23-SIF-SCPMK-0222	Mahasiswa mampu mengembangkan konsep e-commerce berdasarkan teori serta teknologi informasi yang ada.	Tugas	5%
		23-SIF-SCPMK-0223	Mampu mengidentifikasi teknologi yang ada, berkaitan dengan konsep dan kebutuhan e-commerce perusahaan.	Tugas	5%
		23-SIF-SCPMK-0224	Mampu mengevaluasi aplikasi e commerce yang ada.	UTS	20%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN

SPT-I/03/BP/P0B-01/F-02

Issue/Revisi : A0

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER					
		23-SIF-SCPMK-0225	Mampu menerapkan pemodelan data ke dalam aplikasi e commerce.	Proyek	20%
	23-SIF-CPMK-023	23-SIF-SCPMK-0231	Mampu menganalisis aplikasi e commerce yang ada.	Proyek	30%
		23-SIF-SCPMK-0232	Mampu engevaluasi penerapan satu aplikasi e commerce dalam satu keadaan.	UAS	20%
Deskripsi Singkat MK		Matakuliah ini merupakan salah satu pilar sistem pendidikan di UPJ yang disesuaikan dengan kompetensi prodi sistem informasi dalam bidang bisnis. Membahas tentang konsep dan ruang lingkup E-Commerce (bisnis virtual), sistem transaksi E-Commerce, mengenal sistem keamanan dan etika didalam E-Commerce, cara belanja on-line, menjual produk lewat E-Commerce, jenis-jenis dan sistem pembayaran elektronik, tools yang digunakan untuk membangun situs E-Commerce.			
Bahan Kajian : Materi Pembelajaran/Pokok Bahasan		1. Definisi, Sejarah, dan Klasifikasi 2. Komponen dan Model Bisnis 3. Infrastruktur Teknologi dan Aplikasi 4. Perancangan Bisnis: 5. Antarmuka dan Fungsionalitas 6. Strategi Pemasaran Digital 7. Sistem Pembayaran dan Logistik 8. Aspek Hukum, Etika, dan Keamanan 9. Evaluasi dan Pengembangan Sistem			
Pustaka		Utama			
		Laudon, K.C. & Traver, C.G. (2022). E-commerce 2021-2022: Business, Technology, and Society. Pearson Education. Chaffey, D. (2021). Digital Business and E-commerce Management. Pearson Education.			
		Pendukung			
		Turban, E., King, D., Lee, J.K., Liang, T.P., & Turban, D.C. (2015). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer. Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson Education. Govindarajan, M. & Natarajan, S. (2018). Logistics Management. Springer.			
Media Pembelajaran		Perangkat Lunak:		Perangkat Keras:	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN

SPT-I/03/BP/P0B-01/F-02

Issue/Revisi : A0

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER																				
	Browser Web, Editor Teks/Kode, Figma atau Adobe XD, Microsoft Office/Google Workspace	- Laptop atau Komputer Desktop - Jaringan Internet Stabil:																		
Dosen Pengampu	Dr. Rufman Iman Akbar Effendy., MM., Mkom., IPM																			
Mata Kuliah Prasyarat	(jika ada)																			
Indikator, Kriteria, dan Bobot Penilaian	<table><tr><td>Komponen Penilaian</td><td>Bobot</td></tr><tr><td>Ujian Tengah Semester</td><td>20</td></tr><tr><td>Ujian Akhir Semester</td><td>20</td></tr><tr><td>Presensi/Kehadiran</td><td></td></tr><tr><td>Tugas</td><td>10</td></tr><tr><td>Project</td><td>50</td></tr><tr><td>Kuis</td><td></td></tr><tr><td>Diskusi Kelas</td><td></td></tr><tr><td>...</td><td></td></tr></table>		Komponen Penilaian	Bobot	Ujian Tengah Semester	20	Ujian Akhir Semester	20	Presensi/Kehadiran		Tugas	10	Project	50	Kuis		Diskusi Kelas		...	
	Komponen Penilaian	Bobot																		
	Ujian Tengah Semester	20																		
	Ujian Akhir Semester	20																		
	Presensi/Kehadiran																			
	Tugas	10																		
	Project	50																		
	Kuis																			
	Diskusi Kelas																			
	...																			

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian	Luring (5)	Daring (6)		
(1)	(2)	(3)	(4)	(7)			
1	Mahasiswa mampu menjelaskan definisi, sejarah, dan klasifikasi e-commerce.	1. Mahasiswa dapat mendefinisikan e-commerce dan menjelaskan sejarah perkembangannya. 2. Mahasiswa dapat mengklasifikasikan jenis-jenis e-commerce berdasarkan model bisnis dan teknologi.	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. individu: Makalah penjelasan tentang definisi dan klasifikasi e-commerce (20%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Laudon, K.C. & Traver, C.G. (2022). E-commerce 2021-2022: Business Technology, and Society. Pearson. 2. Turban, E., King, D., Lee, J.K., Liang, T.P., & Turban, D.C. (2015). Electronic Commerce: A Managerial and	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS) **PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI** **FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN**

SPT-I/03/BP/P0B-01/F-02

Issue/Revisi : A0

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian				
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	
						Social Networks Perspective. Springer.	
2	Mahasiswa mampu mengidentifikasi komponen-komponen dan model bisnis dalam e-commerce.	1. Mahasiswa dapat menjelaskan komponen-komponen utama dalam e-commerce. 2. Mahasiswa dapat menganalisis berbagai model bisnis yang diterapkan dalam e-commerce.	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. Tugas kelompok: Presentasi tentang komponen dan model bisnis e-commerce (25%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Laudon, K.C. & Traver, C.G. (2022). E-commerce 2021-2022: Business, Technology, and Society. Pearson. 2. Chaffey, D. (2021). Digital Business and E-commerce Management. Pearson.	10%
3-4	Mahasiswa mampu menganalisis infrastruktur teknologi dan aplikasi e-commerce.	1. Mahasiswa dapat menjelaskan komponen-komponen infrastruktur teknologi yang mendukung e-commerce. 2. Mahasiswa dapat menganalisis berbagai aplikasi e-commerce dan fungsinya.	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. Tugas individu: Analisis infrastruktur teknologi dan aplikasi e-commerce (25%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Turban, E., King, D., Lee, J.K., Liang, T.P., & Turban, D.C. (2015). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer. 2. Coppola, D.P. & Maloney, E.K. (2019). Communicating Emergency Preparedness: Strategies for Creating a Disaster Resilient Public. CRC Press.	10%
5-6	Mahasiswa mampu merancang rencana bisnis untuk e-commerce.	1. Mahasiswa dapat menganalisis lingkungan bisnis dan peluang pasar untuk e-commerce. 2. Mahasiswa dapat menyusun rencana bisnis	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. Tugas kelompok: Penyusunan rencana bisnis e-commerce (30%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Chaffey, D. (2021). Digital Business and E-commerce Management. Pearson.	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN

**SPT-I/03/BP/P0B-
01/F-02**

Issue/Revisi : A0

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian				
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	
		yang komprehensif untuk e-commerce.				2. Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. John Wiley & Sons.	
7	Mahasiswa mampu merancang antarmuka pengguna dan fungsionalitas dalam sistem e-commerce.	1. Mahasiswa dapat merancang antarmuka pengguna yang efektif dan user-friendly untuk e-commerce. 2. Mahasiswa dapat menentukan fungsionalitas utama yang harus ada dalam sistem e-commerce.	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. Tugas kelompok: Perancangan antarmuka dan fungsionalitas sistem e-commerce (30%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Garrett, J.J. (2010). The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. New Riders. 2. Krug, S. (2014). Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. New Riders.	
8	Evaluasi Tengah Semester : Melakukan validasi hasil penilaian, evaluasi dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya						20%
9-10	Mahasiswa mampu menerapkan strategi pemasaran digital dan penjualan online.	1. Mahasiswa dapat merancang strategi pemasaran digital yang efektif untuk e-commerce. Mahasiswa dapat 2. Menganalisis berbagai strategi penjualan online yang dapat diterapkan dalam e-commerce.	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. Tugas individu: Analisis dan perancangan strategi pemasaran dan penjualan online (25%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing. Pearson. 2. Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson.	20%

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN

SPT-I/03/BP/P0B-01/F-02

Issue/Revisi : A0

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian				
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	
11-12	Mahasiswa mampu menganalisis sistem pembayaran elektronik dan manajemen logistik dalam e-commerce.	1. Mahasiswa dapat menjelaskan berbagai sistem pembayaran elektronik yang digunakan dalam e-commerce. 2. Mahasiswa dapat menganalisis manajemen logistik yang efektif untuk mendukung operasi e-commerce.	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. Tugas kelompok: Analisis sistem pembayaran dan manajemen logistik e-commerce (30%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Turban, E., King, D., Lee, J.K., Liang, T.P., & Turban, D.C. (2015). Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective. Springer. 2. Govindarajan, M. & Natarajan, S. (2018). Logistics Management. Springer.	10%
13-14	Mahasiswa mampu mengidentifikasi aspek hukum, etika, dan keamanan dalam e-commerce.	1. Mahasiswa dapat menganalisis regulasi hukum yang berlaku dalam e-commerce. 2. Mahasiswa dapat menjelaskan isu-isu etika dan keamanan yang perlu diperhatikan dalam e-commerce.	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. Tugas individu: Analisis aspek hukum, etika, dan keamanan dalam e-commerce (25%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Laudon, K.C. & Traver, C.G. (2022). E-commerce 2021-2022: Business, Technology, and Society. Pearson. 2. Greenstein, M. & Feinman, T.M. (2000). Electronic Commerce: Security, Risk Management, and Control. McGraw-Hill.	10%
15	Mahasiswa mampu melakukan evaluasi dan pengembangan sistem e-commerce yang berkelanjutan.	1. Mahasiswa dapat mengevaluasi efektivitas dan kinerja sistem e-commerce. 2. Mahasiswa dapat merancang strategi pengembangan e-commerce yang berkelanjutan.	1. Partisipasi dan keaktifan dalam kelas (10%) 2. Tugas kelompok: Presentasi evaluasi dan rancangan pengembangan sistem e-commerce (30%)	Ceramah, diskusi, kuis		1. Chaffey, D. (2021). Digital Business and E-commerce Management. Pearson. 2. Laudon, K.C. & Traver, C.G. (2022). E-commerce 2021-2022: Business, Technology, and Society. Pearson.	

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN

**SPT-I/03/BP/P0B-
01/F-02**

Issue/Revisi : A0

Minggu ke-	Sub CP-MK (Kemampuan Akhir yang Diharapkan)	Penilaian		Bentuk Pembelajaran: Metode Pembelajaran; Penugasan Mahasiswa (Estimasi Waktu)		Materi Pembelajaran (Pustaka)	Bobot Penilaian (%)
		Indikator	Kriteria & Bentuk Penilaian				
(1)	(2)	(3)	(4)	Luring (5)	Daring (6)	(7)	
16	Evaluasi Akhir Semester: Melakukan validasi penilaian akhir dan menentukan kelulusan mahasiswa						20%