

	UNIVERSITAS BINA DARMA FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA PROGRAM STUDI MANAJEMEN RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER <i>(SEMESTER LESSON PLAN)</i>	Nomor Dok	
		Nomor Revisi	
		Tgl. Berlaku	

Disusun oleh (<i>Prepared by</i>)	Diperiksa oleh (<i>Checked by</i>)	Disetujui oleh (<i>Approved by</i>)	Tanggal Validasi (<i>Valid date</i>)
			
Sabeli Aliya, S.E.I, M.M.	Dr. Trisninawati, S.E., M.M.	Nuzsep Almigo, M.Sc., Ph.D	

- Fakultas : Sosial Humaniora
- Program Studi : Manajemen
- Jenjang : S1
- Mata Kuliah : Bisnis Elektronik
- Kode Mata Kuliah : 2215123017
- Dosen Koordinator : Sabeli Aliya, S.E.I., M.M.
- Tim Dosen : 1.
2.
- Dosen Pengampuh (*Lecturer*) : Sabeli Aliya, S.E.I., M.M.
- Capaian Pembelajaran (*Learning Outcomes*) :

SKS : 2
Semester : 6
Sertifikasi : Ya ☐ Tidak ☒

Metode Pembelajaran : ☒ CBL ☐ PBL ☐ PjBL

Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	CPL	Dekripsi Capaian Pembelajaran Lulusan
	CPL. 3	Mampu mengidentifikasi, menganalisis peluang bisnis, menciptakan ide bisnis serta menyelesaikan tantangan bisnis dengan memanfaatkan teknologi, menggunakan pengetahuan dan keterampilan teknik dalam manajemen dan bisnis.
	CPL. 12	Mampu beradaptasi terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang adaptif, inovatif, dan profesional terhadap perubahan dunia bisnis.

CPL - PRODI yang dibebankan pada MK		
Sikap	S1	▪ Bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan mampu menunjukkan sikap religius;
	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;
	S11	▪ Menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis dan profesi Manajemen.
Pengetahuan	PP1	▪ Menguasai konsep teori dalam ilmu manajemen dan menerapkannya dalam berbagai tipe organisasi baik bisnis maupun non bisnis pada tingkat lokal, nasional dan global;
	PP8	▪ Menguasai konsep teoritis secara mendalam tentang kebutuhan informasi untuk pengambilan keputusan.
	PP9	▪ Menguasai teknik, prinsip, dan pengetahuan prosedural tentang penggunaan teknologi informasi.
Keterampilan Umum	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;
	KU11	▪ Mampu mempresentasikan dan mengkomunikasikan informasi serta menyampaikan ide dan pendapatnya secara jelas, baik lisan maupun tertulis, kepada pemangku kepentingan.
Keterampilan Khusus	KK2	▪ Mampu dan memiliki keahlian dalam mengelola bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang meliputi semua transaksi berbasis internet baik dengan mitra bisnis (business partners), pemasok (suppliers) maupun pelanggan (customers) yang didukung dengan pemahaman tentang konsep <i>electronic work flow</i> , <i>electronic ordering</i> , <i>electronic transaction</i> dan <i>office automation</i> .
	KK7	▪ Memiliki kemampuan dalam merancang dan mengelola bisnis mandiri yang meliputi pengembangan business plan dan penerapan fungsi perusahaan yang responsif terhadap dinamika perubahan lingkungan bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK).
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)		
CPMK-3		▪ Mampu mengidentifikasi, menganalisis peluang bisnis, menciptakan ide bisnis serta menyelesaikan tantangan bisnis dengan memanfaatkan teknologi, menggunakan pengetahuan dan ketrampilan teknik dalam manajemen dan bisnis.
CPMK-12		▪ Memiliki kemampuan dalam merancang dan mengelola bisnis mandiri yang meliputi pengembangan business plan dan penerapan fungsi perusahaan yang responsif terhadap dinamika perubahan lingkungan bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK).

Kemampuan akhir tiap tahapan belajar (Sub-CPMK)						
Sub-CPMK-3	Mahasiswa mampu menganalisis peluang bisnis, menciptakan solusi inovatif, dan menyelesaikan tantangan bisnis dengan memanfaatkan teknologi serta penerapan keterampilan manajerial.					
Sub-CPMK-12	Mahasiswa mampu merancang, mengelola, dan mengadaptasi strategi bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang responsif terhadap perubahan lingkungan bisnis.					
Matrik Sub CPMK terhadap CPMK dan CPL						
	CPMK-3	CPMK-12	CPL (Sikap)	CPL (Pengetahuan)	CPL (Keterampilan Umum)	CPL (Keterampilan Khusus)
Sub CPMK-3	√		S9, S10	PP9	KU11	KK7
Sub CPMK-12		√	S10, S11	PP9	KU11	KK2

10. Deskripsi Singkat Mata Kuliah (*Course Description*)

Mata kuliah Bisnis Elektronik membahas konsep, strategi, dan implementasi teknologi digital dalam dunia bisnis modern. Mahasiswa akan mempelajari pengaruh transformasi digital terhadap model bisnis, operasional, dan manajemen, termasuk penerapan e-commerce, digital marketing, payment gateway, dan analitik data. Selain itu, mata kuliah ini juga membahas tantangan dan peluang yang dihadapi bisnis dalam era globalisasi digital, seperti keamanan data, regulasi, dan inovasi berbasis teknologi. Melalui pembelajaran ini, mahasiswa diharapkan mampu merancang dan mengelola strategi bisnis elektronik yang inovatif dan berkelanjutan.

11. Bahan Kajian (*Main Study Material*)

Materi pembelajaran/ Pokok bahasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Digital economy 2. Teknologi digital untuk e-business dan e-commerce 3. Value chain dan model e-bisnis 4. Marketplace 5. Teknologi internet, platform & tools pada e-business 6. E-learning, MOOC, E-Government & E-Procurement 7. M-Commerce, Ubiquitous Computing, M-Banking 8. Strategi e-business dan fenomena media sosial 9. Analisis isu keamanan dan privasi pada keberlangsungan e-business 10. Analisis kesuksesan dan kegagalan e-business
---------------------------------------	---

12. Implementasi Pembelajaran Mingguan (*Implementation Process of weekly learning time*)

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
1	Mahasiswa mampu menjelaskan definisi dan contoh e-commerce dan e-business secara umum.	a. Kontrak perkuliahan b. Pengertian e-commerce c. Contoh e-commerce d. Pengertian e-business e. Elemen-elemen e-business	Ceramah dan diskusi (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Diskusi dan analisis konsep dasar e-business.	Buku 1, 2, Artikel	Bentuk: Observasi diskusi. Kriteria: Ketepatan menjelaskan konsep ekonomi digital (skor 1-5).	5%
2	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan e-commerce uptodate.	a. Perkembangan E-commerce post pandemic b. Studi Kasus Ecommerce Internasional: Spotify c. Studi Kasus Ecommerce Nasional: MFG	Ceramah dan studi kasus (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa berdiskusi melalui studi kasus perusahaan berbasis e-commerce.	Buku 3, Artikel Terkait	Bentuk: Tugas individu. Kriteria: Analisis mendalam teknologi digital (skor 1-5).	5%
3	Mahasiswa mampu menjelaskan model umum dalam e-business.	a. Ebusiness Overview b. Model Ebusiness: B2C, B2B, B2B2C, C2C, C2B, B2E, G2B, G2C, G2G, G2E	Ceramah dan diskusi kelompok (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Diskusi kelompok untuk memahami dan mengidentifikasi model e-bisnis.	Buku 4	Bentuk: Laporan kelompok. Kriteria: Identifikasi value chain yang sesuai (skor 1-5).	5%
4	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan marketplace.	a. Definisi dan contoh marketplace	Studi kasus dan diskusi (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)]	Mahasiswa menganalisis perbandingan mekanisme	Buku 5, Artikel Online	Bentuk: Tugas kelompok.	5%

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
		b. Studi kasus mekanisme penjualan marketplace: Alibaba vs Amazon c. Studi Kasus Tokopedia vs Blibli		[PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	marketplace lokal dan global.		Kriteria: Analisis mekanisme marketplace (skor 1-5).	
5	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis mekanisme, platform, dan tools dalam e-commerce.	a. Diagram hubungan activities-mechanism dalam e-commerce b. Proses pembelian secara daring	Ceramah dan diskusi (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa menganalisis studi kasus penggunaan platform dan tools dalam e-business.	Buku 6, Artikel	Bentuk: Presentasi kelompok. Kriteria: Relevansi dan inovasi penggunaan tools (skor 1-5).	10%
6	Quiz: Melakukan penilaian, evaluasi, dan perbaikan proses pembelajaran berikutnya.	Soal Quiz: Digital economy, value chain, marketplace	Quiz (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa mengerjakan quiz berbasis kasus untuk evaluasi pemahaman.	Buku 1-6	Bentuk: Quiz. Kriteria: Ketepatan menjawab soal dan penerapan konsep (skor 1-5).	5%
7	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan elearning dan MOOC.	a. Definisi dan contoh elearning b. Studi kasus MOOC: Coursera, Udemy c. Studi kasus MOOC:	Studi kasus dan diskusi kelompok (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa berdiskusi dalam kelompok untuk menganalisis platform e-learning dan MOOC.	Buku 6, Artikel Online	Bentuk: Laporan kelompok. Kriteria: Analisis peran MOOC dalam	10%

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
		Ruangguru, IndonesiaX					bisnis (skor 1-5).	
8	Mahasiswa mampu menguraikan fokus keberhasilan strategi produk.	a. Definisi dan contoh e-government b. Pengembangan E-gov di berbagai negara c. E-governmet index d. Studi kasus E-gov Indonesia	Ceramah dan studi kasus (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa menganalisis implementasi strategi e-government pada berbagai negara.	Buku 7	Bentuk: Tugas individu. Kriteria: Ketepatan mengidentifikasi indikator keberhasilan (skor 1-5).	5%
9	UTS: Validasi pembelajaran materi minggu 1–8.	Soal UTS: Digital economy hingga E-government	Tes tertulis dan studi kasus (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)]	Mahasiswa mengikuti ujian untuk mengevaluasi pemahaman terhadap konsep dan studi kasus.	Buku 1-6	Bentuk: Tes tertulis (esai dan PG). Kriteria: Pemahaman konsep dan aplikasi (skor 1-5).	20%
11	Mahasiswa mampu menjelaskan maksud dan peran Mobile Commerce dan Ubiquitous Computing.	a. Mobile Commerce (M-commerce) b. Perkembangan perangkat aplikasi mobile dan perangkat pendukungnya c. Mengenal M-commerce, M-banking, dan aplikasi Fintech	Diskusi kelompok dan ceramah (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa berdiskusi terkait inovasi dalam aplikasi M-commerce dan dampaknya pada bisnis.	Buku 7	Bentuk: Diskusi kelompok. Kriteria: Relevansi dan ketepatan solusi (skor 1-5).	5%

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
12	Mahasiswa mampu menganalisis dampak era media sosial dalam perkembangan e-business.	a. Histori social commerce b. Studi kasus selebgram dan fenomena iklan dengan medsos c. Dampak medsos dalam perkembangan bisnis	Flipped learning: Diskusi dan presentasi mahasiswa, kemudian ceramah dan tanya jawab (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa menganalisis fenomena media sosial dalam strategi pemasaran dan dampaknya terhadap bisnis digital.	Buku 6	Bentuk: Tugas individu. Kriteria: Ketepatan analisis dan inovasi strategi (skor 1-5).	10%
13	Mahasiswa mampu menganalisis isu keamanan, privasi, dan kejahatan siber dalam e-business.	a. Urgensi keamanan dan privasi b. Studi kasus fraud, pencurian data, dan kejahatan siber lainnya	Studi kasus dan diskusi kelompok (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa bekerja dalam kelompok untuk menganalisis kasus nyata terkait keamanan dan privasi data.	Buku 6, Artikel Online	Bentuk: Tugas kelompok. Kriteria: Analisis mendalam kasus keamanan (skor 1-5).	10%
14	Mahasiswa mampu menganalisis isu regulasi, etika, dan lingkungan sosial dalam e-business.	a. Pentingnya regulasi, etika, dan lingkungan sosial b. Studi kasus Disney dalam menangani kasus pembajakan produknya	Ceramah dan diskusi kelompok (CBL)	Daring [Virtual: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)] [BM: 1x(2x60 menit)]	Mahasiswa merancang solusi berbasis etika dalam pengelolaan kasus nyata.	Buku 7	Bentuk: Tugas individu. Kriteria: Ketepatan dan logika solusi (skor 1-5).	5%
15	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis keberhasilan e-business.	a. Parameter keberhasilan e-business	Diskusi kelompok, observasi online, dan	Luring [TM: 1x(2x50 menit)] [PT: 1x(2x50 menit)]	Mahasiswa memberikan presentasi kelompok terkait keberhasilan/kegagala	Buku 6, Artikel	Bentuk: Presentasi kelompok. Kriteria:	10%

Pekan	Sub CPMK (Kemampuan akhir yang direncanakan)	Bahan Kajian/Materi Pembelajaran	Metode Pembelajaran	Aktivitas Kelas	Pengalaman Belajar Mahasiswa	Sumber Belajar	Penilaian	Bobot (%)
		b. Studi kasus: Yahoo vs Google c. Studi kasus UMKM lokal	presentasi (CBL)	[BM: 1x(2x60 menit)]	n dalam kasus bisnis digital.		Kesesuaian, kualitas presentasi, dan sistematika (skor 1-5).	
16	UAS: Validasi capaian pembelajaran semester.	Soal UAS: Digital economy hingga strategi bisnis berbasis TIK	Tes tertulis dan studi kasus (CBL)	Luring [TM: 1x(2x50 menit)]	Mahasiswa mengikuti ujian akhir untuk mengevaluasi pemahaman konsep dan studi kasus secara menyeluruh.	Buku 1-7	Bentuk: Tes tertulis (esai dan PG). Kriteria: Pemahaman konsep dan aplikasi (skor 1-5).	20%

13. Kriteria dan Rubrik Penilaian (*Criteria and Evaluation*)

CPL	CPMK	MBKM	Observasi (Praktek)	Unjuk Kerja (Presentasi)	Tugas	Tes Tertulis			Tes Lisan (Tgs Kel)
						Kuis	UTS	UAS	
						√	√	√	

CPL	CPMK	Tahap Penilaian	Teknik Penilaian	Instrumen	Kriteria	Bobot (%)
S9	CPMK-3	Observasi (Praktek)	Observasi dan diskusi	Rubrik observasi	Ketepatan menganalisis peluang bisnis	10%
PP9	CPMK-3	Tugas individu/kelompok	Tugas analisis peluang bisnis	Rubrik tugas	Kemampuan mengidentifikasi peluang dan tantangan	20%
KU11	CPMK-3	Presentasi	Presentasi kelompok	Rubrik presentasi	Kualitas solusi inovatif dan penerapannya	15%
KK7	CPMK-3	Ujian Tengah Semester	Tes pilihan ganda	Soal tes pilihan ganda	Penguasaan analisis peluang dan strategi bisnis	15%
S10	CPMK-12	Observasi (Praktek)	Diskusi dan studi kasus	Rubrik observasi	Kemampuan merancang strategi bisnis berbasis TIK	10%

PP9	CPMK-12	Tugas individu/kelompok	Tugas rencana bisnis TIK	Rubrik tugas	Ketepatan merancang strategi bisnis berbasis TIK	20%
-----	---------	-------------------------	--------------------------	--------------	--	-----

Rubrik Penilaian

Kategori/ Metode Evaluasi	CPMK	Model Soal	Indikator Penilaian				
			Sangat Kurang <50	Kurang $50 \leq s.d < 65$	Cukup $65 \leq s.d < 75$	Baik $75 \leq s.d < 85$	Sangat Baik ≥ 85
Observasi	CPMK-3	Observasi langsung	Tidak menunjukkan pemahaman sama sekali.	Kesulitan memahami peluang atau tantangan.	Menganalisis tetapi kurang mendalam.	Menganalisis dengan baik tetapi kurang detail.	Ketepatan menganalisis peluang bisnis dan tantangan teknologi.
Presentasi	CPMK-3	Presentasi kelompok	Tidak mampu menyusun atau menyampaikan ide.	Ide tidak jelas atau strategi kurang relevan.	Menyusun ide sederhana dengan penyampaian kurang menarik.	Menyusun ide logis dan menyampaikannya dengan baik.	Kemampuan menyusun ide bisnis inovatif dan mempresentasikan strategi solusi.
Tugas	CPMK-12	Studi kasus	Tidak mampu merancang strategi sama sekali.	Hanya mampu merancang sebagian strategi.	Merancang strategi yang baik tetapi kurang rinci.	Merancang strategi yang sesuai dan cukup rinci.	Kemampuan merancang strategi bisnis berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK).
Quiz	CPMK-12	Pilihan ganda dan esai	Tidak mampu menjawab dengan benar.	Hanya mampu menjawab sebagian kecil dengan benar.	Mampu menjawab sebagian besar dengan benar.	Mampu menjawab hampir semua dengan benar.	Ketepatan menjawab pertanyaan tentang strategi dan pengelolaan bisnis berbasis TIK.
UTS	CPMK-3	Pilihan ganda dan esai	Tidak memahami materi sama sekali.	Memahami materi sebagian kecil saja.	Memahami sebagian besar materi tetapi kurang mendalam.	Memahami materi dengan baik dan mampu menjelaskannya.	Penguasaan analisis peluang bisnis, tantangan teknologi, dan solusi berbasis manajemen.
UAS	CPMK-12	Pilihan ganda dan studi kasus	Tidak mampu memahami dan	Mampu memahami sebagian kecil	Mampu memahami sebagian besar	Mampu memahami dan	Pemahaman dan kemampuan

			menjelaskan konsep.	konsep.	konsep tetapi penerapannya kurang tepat.	menerapkan konsep dengan baik.	mengelola strategi bisnis berbasis TIK untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis.
Tes Lisan	CPMK-3	Tanya jawab	Tidak mampu menjawab sama sekali.	Menjawab sebagian kecil pertanyaan dengan benar.	Menjawab sebagian besar dengan benar tetapi kurang jelas.	Menjawab dengan jelas dan hampir semua benar.	Kemampuan menjawab pertanyaan terkait peluang bisnis, ide inovatif, dan pengelolaan berbasis teknologi.

14. Rencana Assesment dan Evaluasi

Minggu ke	Sub-CPMK	Asesmen	Bobot
1	Mahasiswa mampu menjelaskan definisi dan contoh e-commerce dan e-business secara umum.	Observasi diskusi kelas dan tanya jawab	5%
2	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan e-commerce pasca pandemi.	Tugas analisis studi kasus (nasional/internasional)	5%
3	Mahasiswa mampu menjelaskan model umum dalam e-business (B2B, B2C, C2C, dll.).	Quiz	5%
4	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan marketplace dalam skala lokal dan global.	Tugas analisis perbandingan marketplace	5%
5	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis mekanisme, platform, dan tools dalam e-commerce.	Quiz dan tugas	5%
6	Evaluasi tengah (refleksi, feedback, dan diskusi penguatan materi sebelumnya).	Refleksi dan diskusi	-
7	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan elearning dan MOOC.	Presentasi mandiri	10%
8	Mahasiswa mampu menganalisis fokus keberhasilan strategi e-government.	Tugas analisis studi kasus	10%
9	Mahasiswa mampu menganalisis penggunaan e-procurement dalam pembelian barang/jasa untuk perusahaan.	Quiz	5%

Minggu ke	Sub-CPMK	Asesmen	Bobot
10	Evaluasi Tengah Semester (UTS): Validasi hasil pembelajaran sub-CPMK minggu 1–9.	Ujian tertulis (pilihan ganda dan esai)	20%
11	Mahasiswa mampu menjelaskan maksud dan peran mobile commerce dan ubiquitous computing dalam bisnis.	Tugas analisis aplikasi	5%
12	Mahasiswa mampu menganalisis dampak media sosial dalam perkembangan e-business.	Diskusi kelompok dan presentasi	10%
13	Mahasiswa mampu menganalisis isu keamanan, privasi, dan kejahatan siber dalam e-business.	Tugas analisis kasus	10%
14	Mahasiswa mampu menganalisis isu regulasi, etika, dan lingkungan sosial dalam e-business.	Tugas dan diskusi	5%
15	Mahasiswa mampu menjelaskan dan menganalisis keberhasilan/kegagalan e-business berdasarkan studi kasus nyata.	Presentasi kelompok	10%
16	Evaluasi Akhir Semester (UAS): Validasi capaian pembelajaran seluruh sub-CPMK.	Ujian tertulis (esai dan studi kasus)	15%
Total Bobot CPMK			100%
Total Bobot CPL			100%

15. Pembobotan Asesmen Terhadap CPL dan CPMK

CPL	CPMK	MBKM	Observasi (Praktek)	Unjuk Kerja (Presentasi)	Tugas	Tes Tertulis			Tes Lisan (Tgs Kelompok)	Total
						Kuis	UTS	UAS		
S9	CPMK-3	√	√	√					√	
PP9	CPMK-12	√			√			√		√
KU11	CPMK-3		√			√				√
KK7	CPMK-12	√	√		√		√			
Jumlah Total										100%

Distribusi Pembobotan Asesmen Tugas

No.	Bentuk Asesmen	CPL	CPMK	Total
1	Tugas individu	S9, PP9	CPMK-12	20%
2	Analisis studi kasus	KU11, KK7	CPMK-12	25%

No.	Bentuk Asesmen	CPL	CPMK	Total
3	Proyek kelompok	S9, KU11	CPMK-3	30%
4	Presentasi tugas kelompok	KK7, PP9	CPMK-3	25%
Total Bobot Tugas (%)				100%

Bobot penilaian (Ketentuan Bina Darma)

Nilai Skor Matakuliah (NSM)	Nilai Mata Kuliah (NMK)
85 – 100	A
80 – 84	A-
75 – 89	B+
70 – 74	B
65 – 69	B-
60 – 64	C+
55 – 59	C
41 – 54	D
0 - 40	E

16. Rencana Tugas Mahasiswa

Tugas ke	Pertemuan	SUB-CPMK	Aktivitas 1	Aktivitas 2	Bobot
1	2	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan e-commerce pasca pandemi.	Analisis studi kasus e-commerce nasional	Membuat laporan perkembangan e-commerce	10%
2	4	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan marketplace.	Studi kasus perbandingan Tokopedia vs Blibli	Membuat presentasi perbandingan marketplace	15%
3	7	Mahasiswa mampu menganalisis perkembangan e-learning dan MOOC.	Studi kasus Coursera dan Ruangguru	Membuat laporan dan diskusi kelompok	20%
4	9	Mahasiswa mampu menganalisis penggunaan e-procurement.	Membuat analisis proses e-procurement	Studi kasus perusahaan besar	15%
5	12	Mahasiswa mampu menganalisis dampak media sosial dalam e-business.	Studi kasus fenomena iklan di media sosial	Membuat laporan dan diskusi kelompok	20%
6	13	Mahasiswa mampu menganalisis isu keamanan dan privasi dalam e-business.	Membuat analisis ancaman keamanan siber	Membuat rekomendasi solusi	20%
Total					100%

17. Pustaka (*References*)

Sumber Utama

- 1) Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2020). *E-Commerce 2020: Business, Technology, Society* (16th Edition). Pearson Education.
Digunakan untuk menjelaskan konsep dasar e-commerce, elemen bisnis elektronik, dan perkembangan teknologi.
- 2) Chaffey, D. (2015). *Digital Business and E-Commerce Management* (6th Edition). Pearson Education.
Sumber utama untuk memahami strategi digital dan manajemen e-business.
- 3) Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2021). *Electronic Commerce 2021: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
Referensi untuk studi kasus marketplace dan perkembangan e-commerce global.
- 4) Rayport, J. F., & Jaworski, B. J. (2003). *Introduction to E-Commerce* (3rd Edition). McGraw-Hill Education.
Sumber penjelasan value chain, model bisnis digital, dan analisis SWOT.
- 5) Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th Edition). Pearson.
Sumber untuk memahami strategi pemasaran digital dan dampak media sosial.
- 6) O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2018). *Management Information Systems* (13th Edition). McGraw-Hill Education.
Digunakan untuk analisis tools, platform, dan mekanisme teknologi dalam e-business.
- 7) Pemerintah Indonesia. Peraturan tentang E-Government dan E-Procurement.
Untuk memahami regulasi, pengembangan e-government, dan implementasi e-procurement di Indonesia.

Studi Kasus Online:

- **Spotify:** Video analisis di [YouTube](#).
- **My Fashion Grosir:** Video analisis di [YouTube](#).

Digunakan sebagai studi kasus perkembangan e-commerce pasca-pandemi.

Sumber Pendukung

- Website 1 : <https://www.smartwriter.ai/ecommerce-case-studies> (kumpulan studi kasus e-commerce - untuk bahan diskusi)
- Website 2 : <https://www.bloomreach.com/en/blog/2019/11/ecommerce-case-studies.html> (kumpulan studi kasus e-commerce untuk bahan diskusi)
- Website 3 : <https://www.youtube.com/channel/UCQM0K9Z6VnRg> Youtube Channel : Company Man (bahan studi kasus internasional)
- Website 4 : <https://www.youtube.com/channel/UCe1VVEfz8b7XW37G-DeVpaw> Youtube Channel : Pecah Telur ID (bahan studi kasus nasional)