

RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER (RPS)

Mata Kuliah : E-Commerce dalam Teknologi Pendidikan
Kode MK : 3102146
Kredit : 3 sks
Semester : Ganjil (V)
Program Studi : S1 Teknologi Pendidikan

PROGRAM FAKULTAS STUDI S1 TEKNOLOGI PENDIDIKAN
ILMU PENDIDIKAN DAN BUDAYA
UNIVERSITAS BINA MANDIRI GORONTALO
2024/2025





UNIVERSITAS BINA MANDIRI GORONTALO
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN DAN BUDAYA
PROGRAM STUDI S1 TEKNOLOGI PENDIDIKAN

RENCANA PEMBELAJAAN SEMESTER

NOMOR DOKUMEN	TANGGAL PENYUSUNAN:		REVISI:		Jumlah Halaman: 9 Halaman
Nama Mata Kuliah: E-Commerce dalam Teknologi Pendidikan	Kode MK: 3102146	Bobot SKS 3 sks	Kelompok MK: Wajib Prodi	Semester Lima	Mata Kuliah Prasyarat: -

OTORITAS PENGESAHAN

Dosen Pengampu MK:	Koordinator MK	Ketua Program Studi
 Abd. Rahman K. Ma'ruf, S.Kom., M.Pd	Dr. Sudarsono, SE., MM	 Rahmat Oliy, S.Pd., M.Pd

Capaian Pembelajaran Lulusan (CPL)	Sikap (S)	S2	Menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dalam menjalankan tugas berdasarkan agama, moral, & etika
		S3	Berkontribusi dalam peningkatan mutu kehidupan bermasyarakat, berbangsa, bernegara & kemajuan peradaban berdasarkan Pancasila
		S5	Menghargai keanekaragaman budaya, pandangan, agama, dan kepercayaan serta pendapat atau temuan orisinal orang lain
		S6	Bekerjasama & memiliki kepekaan sosial serta kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan
		S8	Menginternalisasi nilai, norma, & etika akademik
		S9	Menunjukkan sikap tanggungjawab atas pekerjaan di bidang keahliannya secara mandiri

		S10	Menginternalisasi semangat inovatif, kemandirian, kejuangan, dan kewirausahaan
		S11	Menginternalisasi sikap apresiatif & peduli dalam pelestarian lingkungan hidup, seni, dan nilai-nilai sosial budaya yang berkembang di masyarakat
	Pengetahuan (P)	PP2	Konsep teoretis teknologi pendidikan secara mendalam
		PP3	Konsep teoretis pembelajaran; khususnya desain, perencanaan, dan pelaksanaan pembelajaran
		PP4	Konsep umum dan pengetahuan operasional model dan strategi pembelajaran inovatif
		PP5	Konsep umum dan pengetahuan operasional media pembelajaran dan sumber belajar
		PP8	Wawasan etika profesi teknologi pendidikan
		PP9	Memberikan kekhasan (warna konsentrasi) dari masing-masing universitas
		Keterampilan Umum (KU)	KU1
	KU2		Mampu menunjukkan kinerja mandiri dan terukur
	KU5		Mampu mengambil keputusan secara tepat dalam penyelesaian masalah di bidang keahlian, berdasarkan hasil analisis informasi dan latar
	KU6		Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega, sejawat, baik di dalam maupun di luar lembaganya
	KU8		Mampu melakukan evaluasi diri terhadap kelompok kerja dan mengelola pembelajaran secara mandiri
	KU9		Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan kembali data untuk menjamin dan mencegah plagiarisme
	Keterampilan Khusus (KK)	KK1	Mampu menganalisis konsep teoretis teknologi pendidikan secara mendalam;
		KK2	Mampu menyelesaikan masalah prosedural khususnya dalam bidang teknologi pendidikan;
		KK3	Mampu menerapkan konsep teoretis pembelajaran, yang meliputi kemampuan mengembangkan produk pembelajaran, mendesain program pembelajaran, mengelola proses pembelajaran, melaksanakan proses pembelajaran dan mengevaluasi pembelajaran;
		KK4	Mampu menerapkan model dan strategi pembelajaran inovatif;
		KK5	Mampu menggunakan dan mengembangkan, media pembelajaran dan sumber

		belajar;
	KK6	Mampu menyusun dan melakukan penilaian dan evaluasi di bidang teknologi pendidikan;
	KK7	Mampu Melakukan penelitian dalam bidang teknologi pendidikan; dan
	KK8	Mampu Menerapkan etika pofesi teknologi pendidikan; dan
	KK9	Untuk memberikan kekhasan dari masing-masing universitas, setiap program studi diperkenankan untuk menambah capaian pembelajaran melebihi dari standar minimal yang telah ditetapkan;
	KK10	Mampu mengidentifikasi peluang kewirausahaan, menyusun rencana bisnis, merancang dan mengembangkan produk yang berkaitan dengan Teknologi Pendidikan.
Capaian Pembelajaran Mata Kuliah (CPMK)	CPMK-1	Menjelaskan konsep dasar dan perkembangan e-commerce serta relevansinya dengan bidang teknologi pendidikan.
	CPMK-2	Menganalisis berbagai model bisnis digital dan strategi e-commerce dalam konteks pendidikan.
	CPMK-3	Mengidentifikasi peran e-commerce dalam pengembangan dan distribusi sumber belajar digital serta layanan pendidikan berbasis teknologi.
	CPMK-4	Menggunakan alat dan platform digital (seperti marketplace, LMS, media sosial) untuk menunjang kegiatan edukatif dan kewirausahaan.
	CPMK-5	Merancang proyek e-commerce berbasis teknologi pendidikan, mulai dari perencanaan, produksi konten, pemasaran, hingga distribusi.
	CPMK-6	Menerapkan prinsip-prinsip etika dan keamanan digital dalam penyelenggaraan kegiatan e-commerce pendidikan.
	CPMK-7	Berpikir kritis dan inovatif dalam mengembangkan solusi berbasis e-commerce untuk peningkatan akses dan kualitas pembelajaran.
	CPMK-8	Berkolaborasi secara aktif dalam tim untuk menyelesaikan tugas-tugas berbasis proyek yang relevan dengan e-commerce dan teknologi pendidikan.
Deskripsi Mata Kuliah	Mata kuliah ini membahas konsep, prinsip, dan implementasi e-commerce (perdagangan elektronik) dalam konteks teknologi pendidikan. Mahasiswa akan mempelajari perkembangan e-commerce, model bisnis digital, strategi pemasaran online, serta pemanfaatan platform digital dalam distribusi produk dan layanan pendidikan. Selain itu, mata kuliah ini mengkaji integrasi e-commerce untuk mendukung kegiatan pembelajaran, pengembangan sumber belajar berbasis digital, dan peluang	

		kewirausahaan berbasis teknologi pendidikan. Mahasiswa juga diarahkan untuk mampu merancang, mengelola, dan mengevaluasi proyek e-commerce yang relevan dengan kebutuhan pendidikan serta memahami tantangan dan etika dalam dunia digital. Pembelajaran dilaksanakan melalui pendekatan praktis berbasis proyek, studi kasus, dan kerja kelompok untuk mendorong kemampuan berpikir kritis dan kreatif dalam menciptakan solusi inovatif berbasis e-commerce di bidang teknologi pendidikan.					
Minggu ke-	Kemampuan Akhir Tiap Tahapan Belajar (Sub CPMK)	Materi Pembelajaran	Bentuk dan Metode Pembelajaran serta Penugasan Mahasiswa		Waktu (Menit)	Kriteria dan Indikator	Bobot (%)
			Luring	Daring			
1	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian e-commerce dan menjabarkan ruang lingkup penerapannya dalam dunia pendidikan.	Pengantar E-Commerce & Teknologi Pendidikan	Ceramah interaktif, diskusi terbimbing		150	Mahasiswa mampu menjelaskan pengertian, konsep dasar, dan ruang lingkup e-commerce dalam konteks teknologi pendidikan.	2%
2	Mahasiswa mampu membedakan berbagai model bisnis e-commerce (B2C, B2B, C2C, dll.) dan menjelaskan aplikasinya dalam konteks edukasi digital.	Model Bisnis E-Commerce	Ceramah, studi kasus, diskusi kelompok		150	Mahasiswa mampu mengidentifikasi, membedakan, dan menganalisis berbagai model bisnis e-commerce secara kritis.	2%
3	Mahasiswa mampu menganalisis perubahan ekosistem pendidikan akibat transformasi digital serta peran teknologi dalam pembelajaran.	Transformasi Digital dalam Pendidikan	Ceramah interaktif, penugasan analisis tren digital		150	Mahasiswa mampu menjelaskan pengaruh digitalisasi terhadap sistem pembelajaran dan proses pendidikan secara menyeluruh.	3 %
4	Mahasiswa mampu	Produk Digital dalam	Demonstrasi,		150	Mahasiswa mampu	3 %

	mengidentifikasi jenis-jenis produk digital edukatif yang memiliki potensi untuk dikembangkan dan dipasarkan secara online.	Teknologi Pendidikan	brainstorming, penugasan ide produk			merancang ide produk digital edukatif secara inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar pendidikan.	
5	Mahasiswa mampu mengevaluasi berbagai platform e-commerce dan menentukan platform yang relevan untuk menjual produk edukatif.	Platform E-Commerce untuk Edukasi	Simulasi penggunaan platform, diskusi komparatif		150	Mahasiswa mampu menentukan dan mengevaluasi platform e-commerce yang sesuai untuk produk edukatif berbasis digital.	4%
6	Mahasiswa mampu menyusun perencanaan produk edukatif digital berdasarkan kebutuhan pasar dan karakteristik pembelajar.	Perencanaan Produk Edukasi Digital	Workshop, bimbingan proyek, kerja kelompok		150	Mahasiswa mampu menyusun perencanaan awal pengembangan produk digital untuk tujuan pendidikan.	4%
7	Mahasiswa mampu membuat produk edukasi digital sederhana menggunakan tools digital yang sesuai.	Produksi Produk Edukatif Digital	Praktikum mandiri/berkelompok, peer feedback		150	Mahasiswa mampu menghasilkan prototipe awal produk edukatif digital menggunakan perangkat dan tools sederhana.	4%
8	Mahasiswa mampu menyusun strategi pemasaran digital melalui media sosial, SEO, dan teknik promosi lainnya.	Strategi Branding & Digital Marketing	Ceramah pakar, simulasi, latihan promosi		150	Mahasiswa mampu merancang strategi branding dan pemasaran digital untuk produk	15%

						pendidikan melalui media online.	
9	Mahasiswa mampu menjelaskan konsep dan peran Ujian Tengah Semester dalam mengukur pemahaman materi hingga pertemuan ke-8.	Ujian Tengah Semester	Ujian tertulis / presentasi mini proyek		150	Mahasiswa menunjukkan pemahaman menyeluruh atas materi pertemuan 1–8 melalui ujian atau penilaian proyek tengah semester.	4%
10	Mahasiswa mampu merancang strategi promosi produk edukatif melalui media sosial secara kreatif dan efektif.	Promosi Produk via Media Sosial	Praktik promosi, diskusi efektivitas konten		150	Mahasiswa mampu membuat dan mempresentasikan konten promosi produk edukatif melalui media sosial secara kreatif.	4%
11	Mahasiswa mampu membuat akun toko online dan menyusun etalase digital produk edukatif.	Membangun Toko Online & Etalase Digital	Simulasi langsung (hands-on), tutorial step-by-step		150	Mahasiswa mampu mengatur toko online atau etalase digital dengan struktur informasi yang jelas dan menarik.	4%
12	Mahasiswa mampu mengelola sistem transaksi, pelayanan konsumen, dan penanganan komplain pelanggan.	Manajemen Transaksi & Layanan Konsumen	Role play, studi kasus, diskusi reflektif		150	Mahasiswa mampu menerapkan strategi layanan pelanggan yang baik dan komunikasi digital yang etis.	4%
13	Mahasiswa mampu	Etika Bisnis & HAKI	Diskusi kasus nyata,		150	Mahasiswa	4%

	menjelaskan prinsip etika bisnis serta mengenali aspek hak kekayaan intelektual dalam produk edukatif digital.		refleksi etis			menunjukkan pemahaman dan sikap etis dalam menjalankan bisnis digital, termasuk etika penjualan dan perlindungan hak cipta.	
14	Mahasiswa mampu melakukan analisis data kinerja produk dan menyusun strategi peningkatan kualitas dan penjualan produk edukatif.	Evaluasi Kinerja Produk	Penggunaan tools analytics, diskusi evaluatif		150	Mahasiswa mampu melakukan evaluasi produk digital dengan instrumen sederhana dan melakukan perbaikan berdasarkan umpan balik.	4%
15	Mahasiswa mampu mempresentasikan hasil proyek e-commerce edukatif berupa produk digital dan rencana pemasarannya.	Presentasi Proyek E-Commerce Edukatif	Presentasi kelompok, peer review, refleksi		150	Mahasiswa mampu mempresentasikan produk digital secara sistematis, komunikatif, dan profesional di hadapan audiens.	5%
16	Mahasiswa mampu mempertanggungjawabkan keseluruhan proses perancangan dan implementasi e-commerce edukatif dalam bentuk presentasi/pameran/ujian.	Pameran/Ujian Akhir	Pameran produk atau ujian akhir tertulis/praktik		150	Mahasiswa mampu menyajikan produk akhir beserta laporan proyek sebagai hasil pembelajaran menyeluruh pada mata kuliah.	34%
Jumlah							100%

Daftar Pustaka

1. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2022). *E-Commerce 2022: Business, Technology and Society* (17th ed.). Pearson Education.
2. Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2018). *Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer.
3. Chaffey, D. (2019). *Digital Business and E-Commerce Management* (7th ed.). Pearson Education.
4. Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
5. Purbo, O. W., & Wahyudi, A. (2020). *TIK untuk Pendidikan*. Jakarta: Penerbit ANDI.
6. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
7. Hair, J. F., Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (2018). *Marketing Research: In a Digital Environment* (4th ed.). McGraw-Hill Education.
8. Indonesian Ministry of Communication and Information Technology. (2020). *Statistik E-Commerce Indonesia 2020*. <https://kominfo.go.id>
9. Statista. (2023). *E-commerce Worldwide Report*. Retrieved from <https://www.statista.com>
10. Google, Temasek, Bain & Company. (2023). *e-Economy SEA Report 2023*. Retrieved from <https://economysea.withgoogle.com>
11. Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
12. Arsyad, A. (2019). *Media Pembelajaran*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.