|  |  |
| --- | --- |
| llogo UEU kecil |  |
|  | **RENCANA PEMBELAJARAN SEMESTER GENAP 2018/2019** |
|  | **PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI** |
|  | **UNIVERSITAS ESA UNGGUL** |
|  |
| **Mata kuliah** | **:** | **eCommerce** | **Kode MK** | **:** | MCM205 |
| **Mata kuliah prasyarat** | **:** | - | **Bobot MK** | **:** | 3 sks |
| **Dosen Pengampu** | **:** | Andri Budiwidodo, S.Si., M.I.Kom. | **Kode Dosen** | **:** | 7715 |
| **Alokasi Waktu** | **:** | Tatap Muka 14 x 150 menit |
| **Capaian Pembelajaran** | **:** | 1. Mahasiswa memahami pengetahuan dan konsep dasar, serta mengerti sistem perdagangan berbasis elektronik/internet (*eCommerce*) dan dapat menerapkannya dengan benar.
2. Mahasiswa memahami dan mampu mengembangkan konsep periklanan pada *eCommerce*
3. Mahasiswa memahami cara pembayaran pada *eCommerce*
4. Mahasiswa memahami infrastrukur dan antarmuka (*interface*) *eCommerce*
5. Mahasiswa memahami *Value Chain* dan *Supply Chain Management* serta hubungannya dengan eCommerce
6. Mahasiswa memahami dan mampu mengembangkan *Customer Relationship Management* dalam *eCommerce*
7. Mahasiswa memahami teknologi *Mobile* (gawai) dalam *eCommerce*, serta aspek-aspek pendukung dan dampak (etika, hukum, *fraud*) dari eCommerce
 |
|  |  |  |
| **SESI** | **KEMAMPUAN****AKHIR** | **MATERI** **PEMBELAJARAN** | **BENTUK PEMBELAJARAN**  | **SUMBER** **PEMBELAJARAN** | **INDIKATOR****PENILAIAN** |
| **1** | Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan karakteristik dasar eCommerce (**bagian 1**) | Pengenalan konsep dasar e-Commerce (**bagian 1**) meliputi:1. Pengantar eCommerce pada era digital;
2. Gambaran tentang definisi dan konsep eCommerce;
3. Perbedaan Ecommerce dengan eBusiness dan perbedaan antara eCommerce murni dan partial eCommerce dan;
4. eCommerce berbasis internet dan non-internet
 | 1. Metoda *contextual instruction*
2. Media : kelas, komputer, *LCD, whiteboard, web*
 | Hidayat, Taufik. 2008. *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*. Mediakita, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia*. ANDI, Yogyakarta.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo, Jakarta | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar eCommerce |
| **2** | Mahasiswa dapat menjelaskan definisi dan karakteristik dasar eCommerce (**bagian 2**) | Pengenalan konsep dasar e-Commerce (**bagian 2**) meliputi:1. Ekosistem eCommerce;
2. Kegiatan pada eCommerce;
3. Kelebihan dan kekurangan eCommerce;
4. Resiko eCommerce
 | 1. Metoda *contextual instruction*
2. Media : kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, web
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. e-Commerce Business Technologi Society. Pearson Publisher, London.Suyanto, M. 2003. Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia. ANDI, Yogyakarta.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. Framework e-Commerce. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar eCommerce |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SESI** | **KEMAMPUAN****AKHIR** | **MATERI** **PEMBELAJARAN** | **BENTUK PEMBELAJARAN**  | **SUMBER** **PEMBELAJARAN** | **INDIKATOR****PENILAIAN** |
| **3** | Mahasiswa dapat menjelaskan kerangka kerja (*frame work*), jenis dan tipe eCommerce | Pemahaman terhadap :1. Kerangka kerja (frame work) dari eCommerce;
2. Jenis dan tipe eCommerce;
3. Model bisnis yang ada dalam eCommerce;
4. Perbedaan web-static dan web-dinamis dalam eCommerce
5. Berbagai istilah-istilah yang terkait dengan eCommerce.
 | 1. Metoda *contextual instruction*
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, web
 | Ustadiyanto, Riyeke. 2002. Framework e-Commerce. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan kerangka kerja (*frame work*), jenis dan tipe eCommerce. |
| **4** | Mahasiswa dapat menjelaskan karakteristik,metode, manfaat dan strategi dalam membangun hubungan dengan *stake holder* melalui iklan | Periklanan pada eCommerce, meliputi:1. Karakteristik dan tujuan beriklan melalui web maupun aplikasi bergerak
2. Metode utama yang digunakan dalam beriklan di web maupun aplikasi bergerak
3. Macam-macam startegi beriklan secara online dan tipe-tipe promosi
 | 1. Metoda *contextual instruction*
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, web
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. e-Commerce Business Technologi Society. Pearson Publisher, London.Suyanto, M. 2003. Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia. ANDI, Yogyakarta.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. Framework e-Commerce. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan karakteristik,metode, manfaat dan strategi dalam membangun hubungan dengan *stake holder* melalui iklan |
| **5** | Mahasiswa mengenal jenis dan konsep pembayaran eCommerce | Pengenalan mengenai:1. Penerapan macam-macam pembayaran yang dapat diterima dalam dunia eCommerce;
2. Pihak-pihak yang terlibat dalam pembayaran di dunia eCommerce
3. Sistem kerja kartu kredit
 | 1. Metoda *contextual instruction*
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, web
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo, Jakarta | Dapat menguraikan jenis dan konsep pembayaran eCommerce |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SESI** | **KEMAMPUAN****AKHIR** | **MATERI** **PEMBELAJARAN** | **BENTUK PEMBELAJARAN**  | **SUMBER** **PEMBELAJARAN** | **INDIKATOR****PENILAIAN** |
| **6** | Mahasiswa mengenal infrastruktur networking di balik eCommerce  | Pengenalan meliputi:1. Konsep domain, ISP, web hosting
2. Cara kerja jaringan yang terdiri dari komponen *client* dan *server* pada berbagai protokol
 | 1. Metoda *contextual instruction.*
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, web
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London. | Dapat menguraikan infrastruktur networking di balik eCommerce |
| **7** | Mahasiswa memahami dan dapatmengevaluasi tampilan antar muka (*interface*) *website* maupun aplikasi bergerakyang baik | Memahami dan dapat mengevaluasi tampilan antar muka (*interface*) website maupun aplikasi bergerak yang baik dari segi teknikal dan estetika dengan berdasarkan prinsip-prinsip mendesain website maupun aplikasi bergerak yang diberikan | 1. Metoda *contextual instruction*.
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, *web*
 | Hidayat, Taufik. 2008. *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*. Mediakita, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Suyanto, M. 2003. *Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia*. ANDI, Yogyakarta.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo, Jakarta | Dapat menguraikan dan mengevaluasi tampilan antar muka (*interface*) website maupun aplikasi bergerak yang baik |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SESI** | **KEMAMPUAN****AKHIR** | **MATERI** **PEMBELAJARAN** | **BENTUK PEMBELAJARAN**  | **SUMBER** **PEMBELAJARAN** | **INDIKATOR****PENILAIAN** |
| **8** | Mahasiswa memahami *Value Chain* (rantai nilai) mulai dari proses pasokan sampai dengan keluaran produk dalam *eBusiness* | Konsep dasar rantai nilai (value chain) dalam *eCommerce*Sistematika unit apa yang terlibat dalam sistem *eBusiness* | 1. Metoda *contextual instruction*.
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, *web*
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Elex Media Komputindo, Jakarta | Dapat menguraikan rantai nilai (*value chain*) mulai dari proses pasokan sampai dengan keluaran produk dalam *eBusiness* |
| **9** | Mahasiswa memahami CRM (*Customer Relationship Management*) dalam *eCommerce* | Konsep tentang metode CRM dan hubungan antara CRM dengan *eCommerce*Konsep implementasi layanan konsumen secara *online* | 1. Metoda *contextual instruction*.
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, *web*
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan CRM dalam eCommerce |
| **10** | Mahasiswa memahami solusi-solusi yang dapat diberikan dengan menggunakan SCM (*Supply Chain Management*) dalam menjalankan eCommerce | Karakteristik dan komponen dalam eSupply ChainMasalah dan dampak dalam rantai pasokan (supply chain)Solusi masalah rantai pasokan dalam eCommerceKolaborasi rantai pasokanAlat-alat yang digunakan dalam kolaborasi rantai pasokan | 1. Metoda *contextual instruction*.
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, *web*
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan solusi-solusi yang dapat diberikan dengan menggunakn SCM dalam menjalankan *eCommerce* |
| **11** | Mahasiswa memahami teknologi *Mobile* dalam *eCommerce* dan karakteristik-karakteristik sebuah *mCommerce* | Karakteristik dan atribut dari *mCommerce*Hal-hal yang mendorong berkembangnya *mCommerce*Teknologi-teknologi yang mendukung *mCommerce* | 1. Metoda *contextual instruction*.
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, *web*
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan teknologi *Mobile* dalam eCommerce dan karakteristik-karakteristik sebuah *mCommerce* |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SESI** | **KEMAMPUAN****AKHIR** | **MATERI** **PEMBELAJARAN** | **BENTUK PEMBELAJARAN**  | **SUMBER** **PEMBELAJARAN** | **INDIKATOR****PENILAIAN** |
| **12** | Mahasiswa memahami aplikasi-aplikasi mCommerce | Aplikasi-aplikasi mCommerce dalam bidang periklanan, keuangan dan bidang lainnya | 1. Metoda *contextual instruction*.
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, *web*
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan aplikasi-aplikasi *mCommerce* |
| **13** | Mahasiswa memahami berbagai aspek yang berhubungan dengan keamanan *eCommerce* | Gambaran berbagai jenis serangan keamanan jaringan dan komputerGambaran praktek-praktek keamanan praktis yang umum dilakukan dalam rangka melindungi *eCommerce*Gambaran kesalahan mendasar yang dilakukan organisasi dalam keamanan jaringan & komputer | 1. Metoda *contextual instruction*.
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, *web*
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2007. *Sistem Informasi Manajemen Edisi 13 Buku 2*. Salemba Empat, Jakarta.Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan berbagai aspek yang berhubungan dengan keamanan *eCommerce* |
| **SESI** | **KEMAMPUAN****AKHIR** | **MATERI** **PEMBELAJARAN** | **BENTUK PEMBELAJARAN**  | **SUMBER** **PEMBELAJARAN** | **INDIKATOR****PENILAIAN** |
| **14** | Mahasiswa memahami masalah hukum, etika dan dampak sosial dari eCommerce serta hak cipta dan beberapa isu sosial lain yang terkait *eCommerce* | Gambaran perbedaan antara hukum dan etika dalam eCommercePerlindungan hak cipta dalam eCommerceKebebasan berpendapat vs sensor di internetJenis-jenis penipuan (*fraud*) di internet, isu-isu sosial dan masa depan eCommerce | 1. Metoda *contextual instruction*.
2. Media: kelas, komputer, LCD, *whiteboard*, *web*
 | Laudon, Kenneth C, dkk. 2017. *e-Commerce Business Technologi Society*. Pearson Publisher, London.Ustadiyanto, Riyeke. 2002. *Framework e-Commerce*. Penerbit ANDI, Yogyakarta. | Dapat menguraikan masalah hukum, etika dan dampak sosial dari eCommerce serta hak cipta dan beberapa isu sosial lain yang terkait *eCommerce* |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Jakarta, Maret 2019** |
| **Mengetahui,****Ketua Program Studi,****Euis Heryati, S.Sos., MM, M.I.Kom** | **Dosen Pengampu,****Andri Budiwidodo, S.Si., M.I.Kom.** |

**EVALUASI PEMBELAJARAN**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SESI** | **PROSE-DUR** | **BEN-TUK** | **SEKOR > 77** **( A / A-)** | **SEKOR > 65****(B- / B / B+ )** | **SEKOR > 60****(C / C+ )** | **SEKOR > 45****( D )** | **SEKOR < 45****( E )** | **BOBOT** |
| 1 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar *eCommerce* (**bagian 1**) secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar *eCommerce* (**bagian 1**) secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar *eCommerce* (**bagian 1**) secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar *eCommerce* (**bagian 1**) kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar *eCommerce* (**bagian 1**) secara benar dan lengkap | 10 |
| 2 | *Pretest* | Tes lisan | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar *eCommerce* (**bagian 2**) secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar *eCommerce* (**bagian 2**) secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar *eCommerce* (**bagian 2**) secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar eCommerce (**bagian 2**) kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan definisi dan karakteristik dasar eCommerce (**bagian 2**) secara benar dan lengkap | 10 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SESI** | **PROSE-DUR** | **BEN-TUK** | **SEKOR > 77** **( A / A-)** | **SEKOR > 65****(B- / B / B+ )** | **SEKOR > 60****(C / C+ )** | **SEKOR > 45****( D )** | **SEKOR < 45****( E )** | **BOBOT** |
| 3 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan kerangka kerja (*frame work*), jenis dan tipe eCommerce secara benar dan lengkap. | Dapat menguraikan kerangka kerja (*frame work*), jenis dan tipe eCommerce secara benar namun kurang lengkap. | Dapat menguraikan kerangka kerja (*frame work*), jenis dan tipe eCommerce secara lengkap, namun kurang benar. | Dapat menguraikan kerangka kerja (*frame work*), jenis dan tipe eCommerce kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan kerangka kerja (*frame work*), jenis dan tipe eCommerce secara benar dan lengkap. | 10 |
| 4 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan karakteristik,metode, manfaat dan strategi dalam membangun hubungan dengan *stake holder* melalui iklan secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan karakteristik,metode, manfaat dan strategi dalam membangun hubungan dengan *stake holder* melalui iklan secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan karakteristik,metode, manfaat dan strategi dalam membangun hubungan dengan *stake holder* melalui iklan secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan karakteristik,metode, manfaat dan strategi dalam membangun hubungan dengan *stake holder* melalui iklan kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan karakteristik,metode, manfaat dan strategi dalam membangun hubungan dengan *stake holder* melalui iklan secara benar dan lengkap. | 5 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **SESI** | **PROSE-DUR** | **BEN-TUK** | **SEKOR > 77** **( A / A-)** | **SEKOR > 65****(B- / B / B+ )** | **SEKOR > 60****(C / C+ )** | **SEKOR > 45****( D )** | **SEKOR < 45****( E )** | **BOBOT** |
| 5 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan jenis dan konsep pembayaran eCommerce secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan jenis dan konsep pembayaran eCommerce secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan jenis dan konsep pembayaran eCommerce secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan jenis dan konsep pembayaran eCommerce kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan jenis dan konsep pembayaran eCommerce secara benar dan lengkap | 5 |
| 6 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan infrastruktur networking di balik eCommerce secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan infrastruktur networking di balik eCommerce secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan infrastruktur networking di balik eCommerce secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan infrastruktur networking di balik eCommerce kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan infrastruktur networking di balik eCommerce secara benar dan lengkap | 5 |
| 7 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan dan mengevaluasi *interface* web/ aplikasi bergerak yang baik, secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan dan mengevaluasi *interface* web/aplikasi bergerak yang baik, secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan dan mengevaluasi *interface* web/ aplikasi bergerak yang baik, secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan dan mengevaluasi *interface* web/ aplikasi bergerak yang baik, secara lengkap namun kurang benar | Tidak dapat menguraikan dan mengevaluasi *interface* web/ aplikasi bergerak yang baik, secara benar dan lengkap | 5 |
| **SESI** | **PROSE-DUR** | **BEN-TUK** | **SEKOR > 77** **( A / A-)** | **SEKOR > 65****(B- / B / B+ )** | **SEKOR > 60****(C / C+ )** | **SEKOR > 45****( D )** | **SEKOR < 45****( E )** | **BOBOT** |
| 8 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan rantai nilai (*value chain*) mulai dari proses pasokan sampai dengan keluaran produk dalam *eBusiness* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan rantai nilai (*value chain*) mulai dari proses pasokan sampai dengan keluaran produk dalam *eBusiness* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan rantai nilai (*value chain*) mulai dari proses pasokan sampai dengan keluaran produk dalam *eBusiness* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan rantai nilai (*value chain*) mulai dari proses pasokan sampai dengan keluaran produk dalam *eBusiness* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan rantai nilai (*value chain*) mulai dari proses pasokan sampai dengan keluaran produk dalam *eBusiness* secara benar dan lengkap | 10 |
| 9 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan CRM dalam *eCommerce* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan CRM dalam *eCommerce* secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan CRM dalam *eCommerce* secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan CRM dalam *eCommerce* kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan CRM dalam *eCommerce* secara benar dan lengkap  | 10 |
| 10 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan solusi-solusi yang dapat diberikan dengan menggunakan SCM dalam menjalankan *eCommerce* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan solusi-solusi yang dapat diberikan dengan menggunakan SCM dalam menjalankan *eCommerce* secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan solusi-solusi yang dapat diberikan dengan menggunakan SCM dalam menjalankan *eCommerce* secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan solusi-solusi yang dapat diberikan dengan menggunakan SCM dalam menjalankan *eCommerce* kuang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan solusi-solusi yang dapat diberikan dengan menggunakan SCM dalam menjalankan *eCommerce* secara benar dan lengkap | 5 |
| 11 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan teknologi *Mobile* dalam eCommerce dan karakteristik-karakteristik sebuah *mCommerce* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan teknologi *Mobile* dalam eCommerce dan karakteristik-karakteristik sebuah *mCommerce* secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan teknologi *Mobile* dalam eCommerce dan karakteristik-karakteristik sebuah *mCommerce* secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan teknologi *Mobile* dalam eCommerce dan karakteristik-karakteristik sebuah *mCommerce* kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan teknologi *Mobile* dalam eCommerce dan karakteristik-karakteristik sebuah *mCommerce* secara benar dan lengkap | 5 |
| 12 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan aplikasi-aplikasi *mCommerce* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan aplikasi-aplikasi *mCommerce* secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan aplikasi-aplikasi *mCommerce* secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan aplikasi-aplikasi *mCommerce* kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan aplikasi-aplikasi *mCommerce* secara benar dan lengkap | 5 |
| 13 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan berbagai aspek yang berhubungan dengan keamanan *eCommerce* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan berbagai aspek yang berhubungan dengan keamanan *eCommerce* secara benar namun kurang lengkap | Dapat menguraikan berbagai aspek yang berhubungan dengan keamanan *eCommerce* secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan berbagai aspek yang berhubungan dengan keamanan *eCommerce* kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan berbagai aspek yang berhubungan dengan keamanan *eCommerce* secara benar dan lengkap | 5 |
| 14 | *Post test* | Tes lisan | Dapat menguraikan masalah hukum, etika dan dampak sosial dari eCommerce serta hak cipta dan beberapa isu sosial lain yang terkait *eCommerce* secara benar dan lengkap | Dapat menguraikan masalah hukum, etika dan dampak sosial dari eCommerce serta hak cipta dan beberapa isu sosial lain yang terkait *eCommerce* secara benar namun lengkap | Dapat menguraikan masalah hukum, etika dan dampak sosial dari eCommerce serta hak cipta dan beberapa isu sosial lain yang terkait *eCommerce* secara lengkap namun kurang benar | Dapat menguraikan masalah hukum, etika dan dampak sosial dari eCommerce serta hak cipta dan beberapa isu sosial lain yang terkait *eCommerce* kurang benar dan kurang lengkap | Tidak dapat menguraikan masalah hukum, etika dan dampak sosial dari eCommerce serta hak cipta dan beberapa isu sosial lain yang terkait *eCommerce* secara benar dan lengkap | 10 |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Jakarta, Maret 2019** |
| **Mengetahui,****Ketua Program Studi,****Euis Heryati, S.Sos., MM, M.I.Kom** | **Dosen Pengampu,****Andri Budiwidodo, S.Si., M.I.Kom.** |