

Ecommerce Sebagai Model Inovasi Teknologi Strategi Entrepreneur Menurut Preferensi Pengguna Pada Jakartanotebook.com

Cep Adiwihardja ^{1,*}

¹ Program Studi Manajemen Informatika; AMIK BSI Jakarta; Jl. Kramat Raya No. 18 Jakarta Pusat, Telp : 021-3100413, Fax : 021-3144869; e-mail: cep.caw@bsi.ac.id

* Korespondensi: e-mail: cep.caw@bsi.ac.id

Diterima: 21 April 2016; Review: 08 Mei 2016; Disetujui: 19 Mei 2016

Cara sitasi: Adiwihardja C. 2016. *Ecommerce Sebagai Model Inovasi Teknologi Strategi Entrepreneur Menurut Preferensi Pengguna Pada Jakartanotebook.com*. Bina Insani ICT Journal. 3 (1): 154 – 163.

Abstrak: Pentingnya teknologi dalam pembangunan ekonomi sebuah negara sangat tergantung dari seberapa besar pemanfaatan teknologi yang digunakan untuk usaha hal ini akan mempengaruhi kegiatan bisnis apakah efektif dan efisien bentuk kegiatan yang dilakukan. Model teknologi diartikan sebagai bentuk layanan teknologi yang disediakan untuk memenuhi serta menyelesaikan berbagai masalah kebutuhan aplikasi, model teknologi dapat digunakan untuk memenuhi, mencari dan memperoleh atau membuat sumber daya teknis yang diperlukan untuk tujuan aplikasi. Mengenai sistem operasi dan fitur *platform*, *protocol* jaringan, teknologi keamanan, integritas data, dan peralatan yang digunakan. Pada kegiatan ini terutama tentang kegiatan *entrepreneur* yang ada di www.jakartanotebook.com berdasarkan preferensi pengguna yang sudah menggunakan web tersebut, kemudian metode penelitian yang digunakan pada web ini adalah dengan metode deskriptif yaitu menggambarkan bentuk dari web yang dibahas, dan menarik kesimpulan yang ada kemudian mengambil pendapat responden olah dengan menggunakan skala likert.

Kata kunci: *ecommerce, entrepreneur, web*

Abstract: *The importance of technology in economic development of a country depends on how big the use of technology that is used to attempt it will affect business activities are effective and efficient forms of activities undertaken. Model technology is defined as a form of technology services provided to meet and resolve the various problems of application needs, technology model can be used to meet, seek and obtain or make technical resources necessary for the purposes of the application, On the operating system and platform features, network protocols, technologies keamana , integritas data, and the equipment used. In this activity mainly on the activities of entrepreneurs in www.jakartanotebook.com based on user preferences that are already using the web, later method poenelitian articles used on this website is with m, etode descriptive describes the shape of the web is discussed, and if by using a Likert scale*

Keywords: *ecommerce, entrepreneur, web*

1. Pendahuluan

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi akan mempengaruhi perilaku ekonomi sebagai sarana untuk menciptakan, mendistribusikan serta memasarkan suatu produk dengan cepat dan mudah. Sebagai contoh, perkembangan *internet* dan *web* telah mengubah berbagai konsep dan proposisi dan model bisnis, dengan kata lain perkembangan *internet* telah merubah secara besar-besaran dalam mengurangi biaya pembuatan, tempat penyimpanan, dan pengiriman dokumen, sehingga membuat informasi lebih cepat terserap ke masyarakat. *Internet* merupakan bentuk teknologi modern dilihat dari sisi aplikasi sangat dapat digunakan, mengingat besar pertukaran data dan informasi yang dibutuhkan oleh setiap orang atau organisasi semakin membuat banyaknya informasi dan data tersebut harus didistribusikan. Dengan adanya *internet*

kita dapat membaca berbagai sumber referensi yang tidak terbatas tempat dan waktu, dari pada kita mengunjungi 1 tempat perpustakaan dalam 1 hari, akan lebih efisien dan efektif dengan menggunakan *search engine* pada *internet*, begitu pula sistem SMS pada telepon selular dengan adanya *internet* jumlah font dan karakter serta gambar, suara dapat dimuat dalam 1 lembar kerja yaitu *e-mail*, begitu pula telepon dapat digantikan oleh *Voip* telepon *internet*, semua itu berkat adanya *internet* dan aplikasi *web*. Lalu bagaimana dengan konvergensi data?... sudah banyak dilakukan seperti aktifitas perbankan dengan *e-banking*, perpustakaan dengan *e-library*, pemerintahan dengan *e-government*, pendidikan dengan *e-learning*, identitas penduduk dengan e-ktip, surat menyurat dengan *e-mail*, perdagangan dengan *e-commerce* dan segudang aktifitas lain yang dapat di implementasikan oleh web dengan internetnya, aplikasi dalam bentuk digital dapat dinikmati berkat adanya *internet* dan *web*. Dapat dikatakan *internet* dan web sebagai model teknologi yang sangat dibutuhkan untuk era globalisasi.

Dalam *internet* berbagai komunitas dapat lihat dan dimanfaatkan sebagai model yang tepat dalam pemasaran jasa dan komunikasi dengan konsep virtual dan portal serta akses secara 24 jam untuk berkomunikasi dan mendistribusikan secara digital yang membuat sistem ini akan menjadi model yang diinginkan di tahun tahun mendatang.

Website atau biasa disebut juga dengan *web*, *site* atau *www* dan biasa disebut dengan situs merupakan kumpulan halaman web yang dapat diakses menggunakan *http* di *internet*. Menurut Ali(2008) "*Website* adalah sebuah tempat yang memungkinkan seorang menyatakan dirinya, hobynya pengetahuannya produk yang dijualnya dan apapun yang termasuk informasi juga yang dapat diakomodasi oleh teks tulisan, gambar, video, animasi dan flie multimedia lainnya".

Sebagai contoh saat ini yang paling tenar adalah sistem jual beli *online* di internet yang memudahkan pembeli dapat mengakses 24 jam nonstop. Dimana pembeli dari daerah manapun dapat mengakses sistem ini. Memilih barang yang diinginkan dan melakukan transaksi pembayaran lalu barang dikirim. Hingga akhirnya barang sampai ke tempat tujuan. Istilah ini banyak menyebutnya dengan *e-commerce*. *Electronic Commerce(E-Commerce)* secara umum merupakan kegiatan bisnis (perniagaan/perdagangan) atau jasa yang berhubungan erat dengan konsumen(*Consumers*), Manufaktur, *Internet Service Provider (ISP)* dan Pedagang Perantara(*Intermediaries*) dengan menggunakan media elektronik. Dalam hal ini media elektronik utama dengan menggunakan *internet*.

Namun bagaimana kegiatan ini berlangsung apakah konsumen dalam hal ini merasa puas dengan pelayanan jakartanotebook.com? dari sinilah penulis membuat tulisan ini .

2. Metode penelitian

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif menurut Sumodiningrat (2007) "*Metode deskriptif* adalah metode untuk menggambarkan situasi atau kejadian". Dengan demikian kerja peneliti bukan saja memberikan gambaran mengenai fenomena menyimpulkan hubungan dan membuat prediksi serta membuat kesimpulan atas persoalan yang dibuat. Dengan menggambarkan preses pembelian di jakartanotebook.com, dan perhitungan hasil responden dengan skala likert.

3. Pembahasan

Dari pendahuluan yang dijelaskan diatas akan timbul pertanyaan, mengapa menggunakan web?... apakah web dapat dijadikan model sebagai teknologi yang efektif?... Manusia sekarang telah mengalami pergeseran konsep menuju *digital native* dimana segala aktifitas menggunakan multimedia sebagai media untuk berkomunikasi segala bentuk cetakan manual berangsur-angsur mulai bergeser seiring semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi. Dan hal ini yang memicu setiap manusia untuk semakin berlomba lomba mencari penyelesaian agar lebih efektif menyelesaikan persoalan sehari hari dengan cepat.

Internet merupakan bentuk teknologi yang membawa pengaruh besar terhadap perkembangan pola sistem, yang membawa konsep *paperfull* menjadi *paperless*. Dan hal ini yang mendorong berbagai perangkat lunak aplikasi muncul terutama pada *platform web*. Dan bahkan semakin berkembangnya *platform web* tersebut. Baik pada aplikasi *Personal Computer*, Aplikasi *mobile*, dan aplikasi android. Web sekarang dapat berperan sebagai media sosial, trainer, guru, dokter, psikologi dan lain lain, dan bahkan menjadi ajang untuk mencari bakat sampai mencari kerja.

Dikutip dari Fudholi dalam Fathul (2012) dalam kurun waktu 20 tahun web ber-evolusi 2 kali dari web 1.0 tahun 1990-2010 sampai ke web 3.0.

a. Evolusi perkembangan web ecomerece

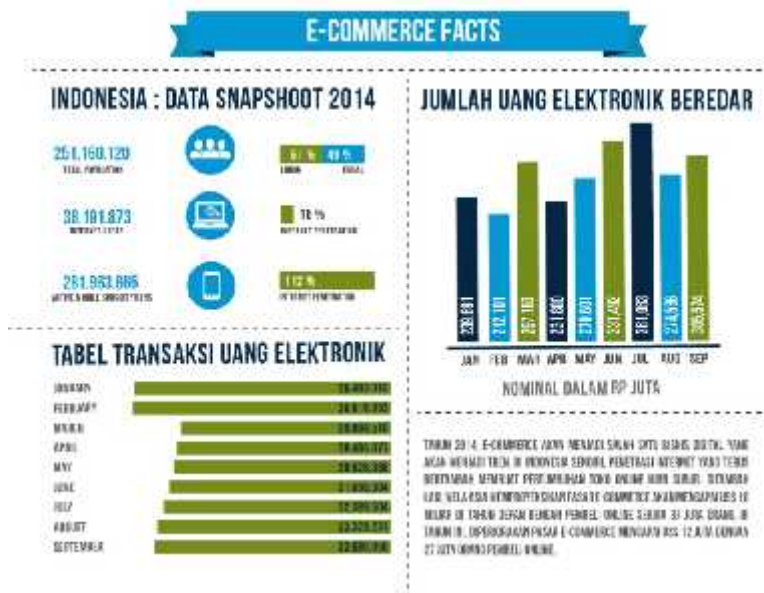
Kehadiran web 2.0 semakin membuat semua pengguna saling berinteraksi dan bertukar informasi dengan cepat, dengan teknologi *share*, *collaborate* dan *exploit web* 2.0 semakin banyak di idolakan pengguna, namun hal ini mungkin dapat berubah hadirnya isu web 3.0 atau generasi web ke 3 yang merupakan perkembangan aplikasi yang lebih maju dari web 2.0 dimana dalam web 3.0 seolah olah sipengguna web menjalani hidupnya di dua sisi yang berbeda antara dunia maya dan dunia nyata, sehingga memungkinkan pengguna dimanjakan oleh berbagai aktifitas yang tidak harus datang kekantor tetapi hanya ditempat mereka berada aktifitas tersebut dapat dilakukan adanya istilah *virtual office* yang memiliki ciri-ciri umum seperti *suggest*, *happen* dan *provide*, web 3.0 terkenal dengan sebutan *semantic web*. Cara kerja web 3.0/*semantic web* *Semantic web* dapat diartikan dimana web ditampilkan tidak hanya dalam format bahasa manusia (*natural language*), tetapi juga dalam format yang dapat dibaca dan digunakan oleh mesin, dapat dilihat dari *sistem operasi* yang bekerja ketika sedang digunakan dimana web tersebut mampu mencari, membagi dan menyatukan informasi sesuai dengan keinginan pengguna dengan cara yang mudah dan dapat dipahami dengan cepat, karena unsur berfikir web ini berdasarkan sistem kecerdasan buatan (*artificial intelegence*) aplikasi *online* dapat berinteraksi dengan adanya web *service*. Serta *database* di web.

Menurut www.teknjournal.com (2010) kemungkinan suguhan dari wajah web 3.0.

1) *Realisasi Semantic Web*

Semantic web cukup dipercaya sebagai wajah baru web 3.0. di dukung dengan kecerdasan buatan, web 3.0 diharapkan akan merealisasikan konsep *semantic web* menjadi generasi selanjutnya dari WWW.

- 2) *Web Sebagai Database* Masih sering kita dengar istilah web statik dan dinamis. Web statik lebih memberikan info yang sama untuk diakses pengguna, sedangkan web dinamis memberikan info yang dapat berubah secara interaktif bergantung pada pengguna web itu sendiri. Pada web 3.0 diharapkan website berperan sebagai database. Pengertian database disini adalah menggabungkan informasi yang tesebar di berbagai website, yang kemudian di integrasikan satu dengan yang lainnya dengan metode RDF. Efeknya data semakin banyak dan juga pengguna dapat menerima info secara spesifik dan tepat berdasarkan dari data pengguna itu sendiri yang berada di web-web lain.



(Sumber : <http://inovaspinter.com/seberapa-amankah-e-commerce-di-indonesia/>)

Gambar 1. Pengguna internet

Menurut inovasipintar.com data tahun 2015 sendiri pengguna internet di Indonesia kini telah mencapai jumlah 88,1 Jt pengguna, atau dengan kata lain sekurangnya sudah 35% masyarakat di Indonesia dapat mengakses internet. Salah satu contoh nyata efek dari era digital adalah munculnya *e-Commerce* yang mulai menggantikan proses *Commerce* biasa. Bermunculan puluhan model *e-Commerce* di Indonesia seperti Zalora, Lazada, Elevania, OLX, TokoPedia, dan lain-lainnya.

E-commerce memiliki 5 konsep dasar:

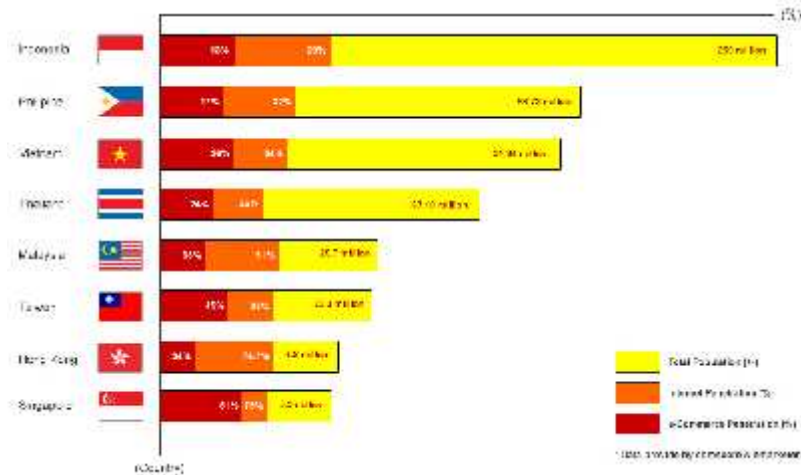
- 1) *Automation* merupakan Otomasi bisnis proses sebagai pengganti proses manual (konsep "*enterprise resource planning*")
- 2) *Streamlining / Integration* merupakan proses yang terintegrasi untuk mencapai hasil yang efisien dan efektif (konsep "*just in time*").
- 3) *Publishing* merupakan Kemudahan berkomunikasi dan berpromosi untuk produk dan jasa yang diperdagangkan (konsep "*electronic cataloging*")
- 4) *Interaction* merupakan Pertukaran informasi/data antar pelaku bisnis dengan meminimalisasikan human error (konsep "*electronic data interchange*")
- 5) *Transaction* merupakan kesepakatan dua pelaku bisnis untuk bertransaksi dengan melibatkan institusi lain sebagai fungsi pembayar (konsep "*electronic payment*")



(Sumber: <https://passingthroughresearcher.wordpress.com/2015/07/10/indonesia-broadband-plan-2014-2019/>)

Gambar 2. Ecommerce Indonesia

Menurut <http://gmsrich.com/publicBecomeOurMerchant.meta> (2013) Berdasarkan Riset Pasar lingkungan makro di Asia Tenggara dalam hal populasi, pengguna internet dan ukuran pasar *e-commerce*, negara-negara besar S.E.A adalah salah satu daerah yang paling beragam dan cepat berubah di dunia. Ini rumah bagi lebih dari 542 juta orang dan tersebar di enam negara yang berbeda dengan total penjualan *e-commerce* ditransaksikan mencapai secara online menjadi 3,65 miliar pada 2013 dan jumlahnya terus tumbuh.



(Sumber: <http://gmsrich.com/publicBecomeOurMerchant.meta>)

Gambar 3. Statistik ecommerce di asia

Mengingat statistik di atas, itu cukup jelas bahwa Indonesia, Filipina, Vietnam, Malaysia, Thailand dan Singapura yang paling menjanjikan untuk pasar Internet di Asia Tenggara ini. Oleh karena itu, jika kita startup mencari untuk menyerang tetangga Anda, melihat pasar-pasar kunci. Untuk startup dari seluruh wilayah tidak hanya bersaing dipasar lokal mereka sendiri tetapi juga mencari ke daerah untuk melakukan pertempuran. Dengan demikian, itu lebih penting daripada sebelumnya untuk mendapatkan gambaran yang baik dari pasar dan memahami ukuran total penetrasi *Internet & e-commerce* pasar di seluruh wilayah.

Menurut Laudon (2008) manfaat *ecommerce* bagi perusahaan dan konsumen:

- 1) Dapat menjangkau pembeli potensial dalam jumlah besar dalam hitungan global
- 2) Biaya iklan lebih murah daripada media iklan TV, koran atau Radio dengan tampilan bisa update terbaru dengan biaya minimal
- 3) Dapat memanfaatkan media social untuk komunikasi dengan pemasok, pabrik, penyalur dan pelanggan secara online
- 4) Tingkat pemasaran dapat dikembangkan sesuai dengan keinginan pembeli
- 5) Biaya pemrosesan menurun, penyimpanan, penyampaian dratis dan informasi lebih akurat

Manfaat *ecommerce* bagi konsumen

- 1) Memudahkan belanja dalam waktu kapanpun
- 2) Dapat memilih berbagai produk dari beberapa vendor dan bisa membandingkan yang terbaik
- 3) Konsumen dapat berpartisipasi dalam pelelangan maya (*virtual auction*)
- 4) Konsumen dapat berinteraksi dengan Konsumen lain di electronic community
- 5) Dengan e-commerce memudahkan persainagan yang akan menghasilkan diskon secara substansial

b. Sistem [jakartanotebook.com](http://www.jakartanotebook.com)

<https://www.jakartanotebook.com/about> merupakan salah satu perusahaan *Online Store* Terbesar yang berdiri sejak tahun 1999 dan telah melayani pembelian secara online sejak 8 Januari 2003 hingga saat ini. Kami bergerak dalam bidang penjualan barang-barang kebutuhan IT.

PT. Jakarta Notebook merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang penjualan peralatan elektronik komputer, dan aksesorisnya. alam operasional penjualannya, PT. Jakarta Notebook dapat digolongkan sebagai perusahaan *brick and clicks* karena selain memiliki toko untuk melayani secara langsung pelanggannya, juga memiliki website e-commerce yang beralamat di www.jakartanotebook.com untuk melayani pesanan dan transaksi melalui internet

Jakartanotebook.com memberikan kesempatan untuk bekerja sama, baik berupa *Reseller*, buka lapak *online*, dan *Affiliate*. Sistem kemitraan dari Jakartanotebook.com yang terbuka untuk seluruh member Jakartanotebook.com yang merupakan *reseller* tetapi tidak memiliki toko fisik / menjual secara online. Dengan *Affiliate system* ini anda hanya perlu menawarkan produk anda melalui forum jual beli *online* atau media sosial mana saja. Saat anda mendapatkan pesanan maka pembeli hanya tinggal membuat *invoice* pesanan pelanggan anda tersebut dari akun *Affiliate* anda. Sisanya serahkan kepada pengelola, proses mulai dari pengecekan pembayaran, mempersiapkan barang pesanan, mengirimkan pesanan kepada pelanggan, dan klaim garansi akan ditangani oleh Jakartanotebook.com. pembeli dapat menikmati keuntungan tanpa perlu memikirkan tentang stok barang dan tidak perlu repot mengurus pesanan dan pengirimannya.

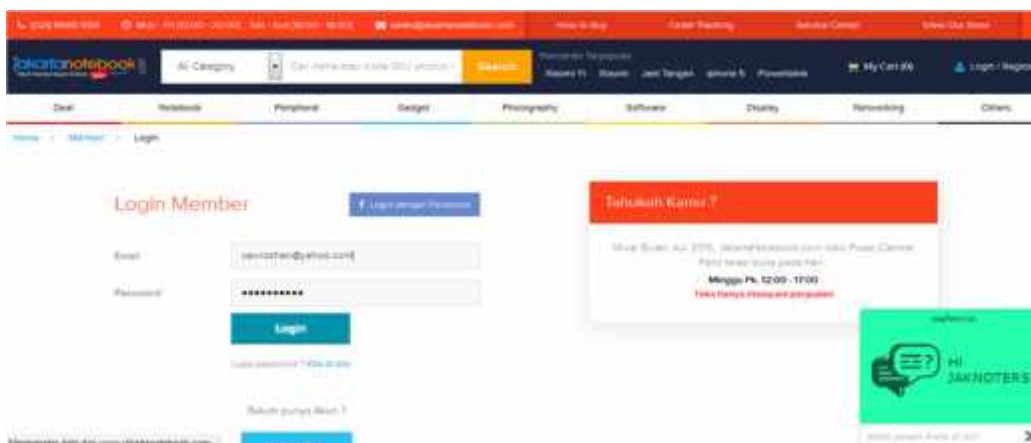


Gambar 4 halaman home jakartanotebook.com

c. Daftar member

Untuk dapat menjadi member ada dapat Masuk ke halaman <http://www.jakartanotebook.com/opportunity/affiliate>, terlebih dahulu harus melakukan beberapa prosedur antara lain: **Login / Register**

Untuk dapat menjadi member *affiliate*, anda harus login terlebih dahulu, atau lakukan registrasi apabila anda belum memiliki akun Jakartanotebook.com. Apabila anda sudah login, maka secara otomatis anda akan langsung dialihkan ke langkah selanjutnya

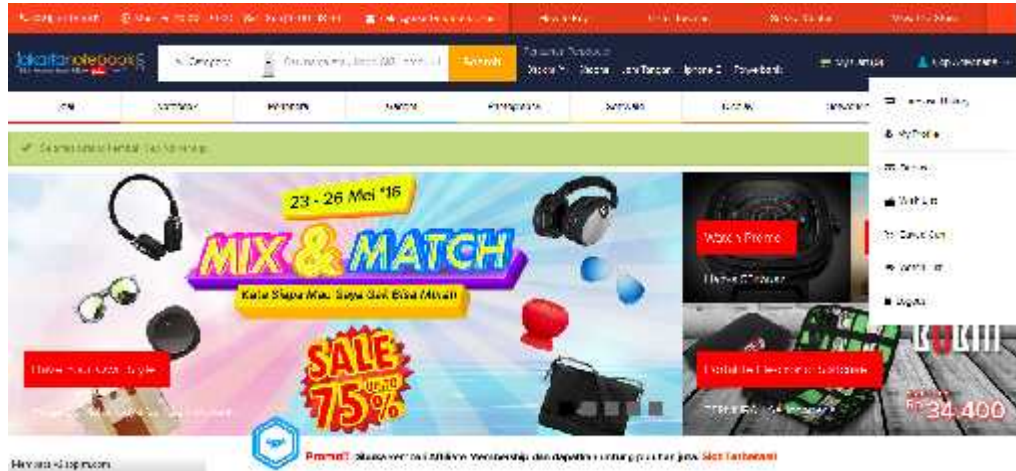


Gambar 5.Login member

d. Menu member

Pada menu member anda akan masuk kedalam user member yang telah anda daftarkan dengan nama *account* sesuai saat kita mendaftar, setelah masuk kedalam halaman maka tersedia menu *Purchase History*, *My Profile*, *Deposit*, *Wish List* dan lainnya yang merupakan menu dari kegiatan transaksi yang dilakukan oleh member.

Dan juga terdapat menu produk berdasarkan kategori, keranjang belanja, *search engine* dan *payment gateway*



Gambar 6 ruang member

e. Aktifasi account

Pada awal menjadi member, sistem akan mengirimkan email berupa *Aktifasi Account* yang digunakan untuk memverifikasi bahwa *account* email yang didaftarkan oleh pengunjung adalah benar/sah.



Gambar 7 member aktifasi

f. Nota Pembelian

Nota pembelian merupakan bukti transaksi pembelian yang telah dilakukan oleh pembeli, berupa penyajian spesifikasi transaksi detail, waktu transaksi yang digunakan, jasa pengiriman, total pembelian dan status pembayaran dan berisi order detail berfungsi sebagai bukti jumlah pemesanan produk oleh pembeli, sedangkan nota bagi penjual berfungsi sebagai bukti produk yang akan dikirimkan oleh penjual ketika transaksi itu sudah lunas

- Nota Pembelian JakartaNotebook.com /KN90



Transaction Details		Shipping Information	
Transaction Code	: ZKN96	Recipient Name	: STMK NUSAMANDIRI an Cep Adl
Time of Transaction	: 1 December 2011 (0:53:50)	Phone	: (021)21900575
Shipping Method	: JNE REG	Address	: Jl. Kramat Raya No 25
Shipping Cost	: Rp. 6.000,00 x 1 kg	City	: Jakarta - Senen
Total Payment	: Rp. 195.768,00	Postal Code	: 10110
Kode Unik	: 68		
Payment Status	: BELUM LUNAS		

Item Code	Item Name	Price	Qty	Weight	Total
KHJUM	Kingston DataTraveler 100 Generation 2 (G2) - OGD	73.900	1	0,04	73.900
KITDDR	Kingston DataTraveler Mini Tun Generation 2 (G2) - OGD	75.900	1	0,04	75.900
EVAN02	CDLL FILL Portable Palm size Notebook Stand	39.900	1	0,1	39.900

Gambar 8 order detail

g. Online invoice

Online invoice merupakan kegiatan transaksi berupa kode transaksi yang menyatakan barang sudah dibayar lunas pada informasi *Payment Status* dan siapa dikirim, dengan berisikan transaksi pembayaran yang dilakukan oleh pemesan.



Gambar 9 Pembayaran lunas

h. Barang telah kirim

Barang telah dikirim ditandai dengan konfirmasi pemberitaan via email yang menandakan bahwa barang telah dikirim dengan keterangan nomor resi pengiriman dari jasa pengiriman.



Gambar 10 barang telah dikirim

i. Preferensi responden

Responden terdiri dari pengguna yang pernah membeli di Jakartanotebook.com dimana semuanya yang terdiri dari 100 orang responden dimana jumlah responden laki-laki sebanyak 39 dan responden wanita sebanyak 61 yaitu mahasiswa AMIK BSI Bekasi terdiri yang pernah belajar ecommerce dan melakukan transaksi di jakartanotebook.com dari 4 lokasi dibekasi yaitu jalan Cutmutia Bekasi Timur sebanyak 39 Orang, jalan Kaliabang Bekasi Utara 35 orang, jalan Cibarusah Cikarang selatan 21 Orang, dan jalan KH. Ahmad cibitung 5 orang. yang pernah berbelanja menggunakan web ini.

Didapat bahwa :

Pernyataan 5 sangat suka berjumlah 21

Pernyataan 4 suka berjumlah 47

Pernyataan 3 netral berjumlah 30

Pernyataan 2 tidak suka berjumlah 2

Pernyataan 1 sangat tidak suka berjumlah 0

RUMUS : $T \times P_n$

T = Total jmlh panelis yg memilih

P_n = Pilihan angka Skor likert

a. Panelis yang menjawab sangat suka (5) = 21 x 5 = 105

b. Panelis yang menjawab suka (4) = 47 x 4 = 188

c. Panelis yang menjawab netral (3) = 30 x 3 = 90

d. Panelis yang menjawab tidak suka (2) = 2 x 2 = 4

e. Panelis yang menjawab sangat tidak suka (1) = 0 x 1 = 0

Total skor = 369

RUMUS INDEX % = Total Skor / Y x 100

= 369 / 500 x 100

= 73.8

Nilai interval

I = 100 / Jumlah Skor (likert)

Maka = 100 / 5 = 20

Hasil (I) = 20 jarak dari terendah 0 % sampai dengan tertinggi 100%)

Total skor yang di dapat berdasarkan perhitungan dengan Penilaian kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval:

- a. Angka 0% – 19,99% = Sangat (tidak setuju/buruk/kurang sekali)
- b. Angka 20% – 39,99% = Tidak setuju / Kurang baik)
- c. Angka 40% – 59,99% = Cukup / Netral
- d. Angka 60% – 79,99% = (Setuju/Baik/suka)
- e. Angka 80% – 100% = Sangat (setuju/Baik/Suka)

Didapat bahwa dari hasil perhitungan indek mendapatkan 73.8 jika dilihat berdasarkan nilai interfal bahwa preferensi pengguna jakartanotbok.com. berada dirange 60% - 79.99% dengan hasil (Setuju/Baik/Suka) percaya kepada sistem jakartanotebook.com.

3) Kesimpulan

- a. Web ecommerce memudahkan pembeli yang jauh dapat mudah membeli tanpa harus datang langsung ke tempat penjual, selain itu juga dapat diakses pembelian ataupun penjualan selama 24 jam
- b. Total persepsi pengguna adalah 73.8 % berarti menurut indeks nilai interval berdasarkan persepsi pengguna bahwa Jakarta notebook.com mendapat apreasi baik oleh pengguna web.
- c. E-commerce tidak hanya sebuah web/portal belanja melainkan sebuah pasar virtual dimana sebagai konsep sebuah pasar virtual yang memberikan informasi produk baru atau review dan konsultasi produk yang ada di pasar terebut.
- d. Konsep utama ecommerce merubah toko menjadi toko virtual dan barang menjadi bentuk digital yang hanya dilihat dalam bentuk gambar dan presifikasi informasi.
- e. Pemberikan kesempatan atau peluang wirausaha untuk wirausaha pemula yang belum memiliki modal.

Referensi

Ali Z. 2008. Kiat jitu membuat website tanpa modal. Jakarta: Elekmedia Komputindo. 1

Fathul W, Dirgahayu T. 2012. Pembelajaran Teknologi Informasi Diperguruan Tinggi Perspektif dan Pengalaman. Jogjakarta: Graha Ilmu.151

Kenneth LC. 2008. Sistem Informasi Manajemen mengelola perusahaan digital. Edisi 10 . Jakarta:Salemba Empat. 51

Sumodingrat G. 2007. Pemberdayaan Sosial, Kajian ringkas tentang pembangunan manusia Indonesia. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara.3

<http://www.teknojurnal.com/2010/06/06/generasi-web-baru-web-3-0/> .(Diakses pada tanggal 11 Mei 2016, Pukul 11.13 Wib)

<http://inovasipintar.com/seberapa-amankah-e-commerce-di-indonesia/> .(Diakses pada tanggal 10 Mei 2016, Pukul 13.10 Wib)

<https://passingthroughresearcher.wordpress.com/2015/07/10/indonesia-broadband-plan-2014-2019/> .(Diakses pada tanggal 12 Mei 2016, Pukul 12.23 Wib)

<http://gmsrich.com/publicBecomeOurMerchant.meta> .(Diakses pada tanggal 5 Mei 2016, Pukul 15.02 Wib)

<https://www.jakartanotebook.com/about> .(Diakses pada tanggal 4 Mei 2016, Pukul 15.13 Wib)