

Peranan IT dalam Guna Mendorong Semangat Kewirausahaan Generasi Muda dengan Penerapan E-commerce

Diana Fitriani

STMIK Pontianak
Jl. Merdeka Barat No. 372, (0561) 735555/(0561) 737777
e-mail: dianafitriani_8881@yahoo.com

Abstrak

Seorang pelaku bisnis diharapkan memiliki kemampuan untuk membaca peluang yang ada ditengah tingginya mobilitas masyarakat. Informasi yang baik akan memiliki kemampuan dalam memahami sistem kerja e-commerce seorang pelaku bisnis akan memiliki keunggulan tersendiri dalam menciptakan quantity yang qualified. Dalam rangka membantu menumbuh kembangkan semangat kewirausahaan generasi muda maka kegiatan seminar dilaksanakan di SMA N 9 Pontianak. Sebagai tunas bangsa yang akan melanjutkan ekonomi industri, para pelajar yang telah berperan aktif dalam menggunakan teknologi informasi diberikan tambahan informasi edukasi mengenai sistem kerja dan peluang bisnis dengan penerapan e-commerce. Peserta merupakan pelajar kelas XI yang terdiri dari 72 orang. Metode deskriptif analisis digunakan untuk, untuk mempermudah pemahaman materi seminar dan diperkuat dengan menggunakan power point. Berdasarkan hal tersebut, kegiatan seminar dilaksanakan guna mendorong semangat dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk membangun semangat kewirausahaan bagi generasi muda. Seminar berlangsung selama 1(satu) hari dan animo siswa yang cukup tinggi. Berdasarkan hasil selama acara seminar diperoleh beberapa ide yang dikemukakan untuk dijadikan sebagai pemikiran awal menciptakan peluang usaha dengan menerapkan e-commerce dalam proses kerja.

Kata kunci: kewirausahaan, e-commerce, peluang bisnis

1. Pendahuluan

Penggunaan teknologi informasi dalam bisnis online menjadi pilihan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang perniagaan telah berkembang dengan sangat pesat melalui sejumlah perubahan yang sangat signifikan dalam bentuk digitalisasi, mobilitas modal dan liberalisasi informasi [1]. Sehingga pelaku bisnis merupakan sumber utama dalam roda perputaran ekonomi. Anak muda Indonesia sebagai generasi penerus perindustrian harus mampu memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai wadah untuk mengembangkan kegiatan usaha. Kewirausahaan penting

untuk pembangunan ekonomi, manfaat wirausaha akan lebih besar di negara dimana pengusaha dapat beroperasi secara fleksibel, mengembangkan ide-ide mereka dan memetik hasil [2]. Dewasa ini untuk dapat bersaing dalam menghadapi *Asean Economic Community* (AEC) para pelaku usaha dituntut untuk semakin produktif. Cara untuk menghadapi persaingan yaitu melalui adopsi ICT (*information, communication and technology*) termasuk adopsi *e-commerce* karena dianggap mampu untuk mengimbangi semakin banyaknya pemodal asing yang memasuki ranah *e-commerce* [3]. Kehidupan masyarakat yang sudah bergantung kepada perkembangan teknologi terutama telepon seluler dan internet memberikan warna yang begitu luar biasa bagi para pelaku bisnis. Banyak alat komunikasi dan informasi yang digunakan dalam kegiatan dunia usaha seperti penggunaan telepon, fax, sms, email, website dan lain lain, sehingga muncullah istilah *e-commerce* (*electronic commerce*) yang berarti suatu proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik seperti telepon dan internet [4].

Penerapan *e-commerce* menjadi sebuah syarat bagi pelaku bisnis agar perusahaan dapat bersaing secara global [4]. Teknologi informasi yang diterapkan dengan harapan mampu memberikan kontribusi yang berdaya saing tinggi terhadap tumbuh suburnya pelaku-palaku bisnis muda yang memiliki talenta milenial. Pemanfaatan teknologi informasi dan sistem informasi pada suatu organisasi dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuan dengan maksimal, perihal ini terbukti dengan semakin berkembang dan mudahnya peran teknologi informasi dan sistem informasi di kalangan organisasi [5]. Sistem informasi dan sistem operasional yang sesuai kebutuhan maka aktivitas kerja tersebut dapat dilaksanakan dengan efisien dan efektif [6].

Pelaku bisnis seringkali merasa kesulitan untuk mempertahankan konsumen dalam jangka waktu yang lama. Kecenderungan manajemen yang berfokus pada aspek strategi dan risiko bisnis tanpa memahami pengadaan, imlementasi, ketersediaan layanan dan dukungan tata kelola teknologi informasi mengarah pada manajemen bisnis [7]. Secara sederhana inovasi tanpa henti sejatinya mampu untuk menanggulangi permasalahan tersebut, akan tetapi tidak semua pelaku bisnis memiliki kemampuan untuk membaca peluang

dari gejala kondisi ekonomi secara cepat dan akurat [8]. Mekanisme dan proses transaksi bisnis semua dapat berlangsung secara online sehingga memudahkan dalam proses pembayarannya untuk dalam dan luar negeri [9]. Memahami permasalahan yang secara umum kerap terjadi menimbulkan pemikiran para akademisi untuk dapat terjun langsung melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat guna memberikan informasi terkait kondisi saat ini. Menerapkan *e-commerce* memiliki dampak yang sangat besar dalam dunia bisnis, terutama pada proses penyempurnaan marketing perusahaan demi mencapai tujuan perusahaan [10].

e-commerce meliputi seluruh proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan dan pembayaran para pelanggan dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia, CSRI dalam survey nya mencatat pertumbuhan *e-commerce* di negara negara berkembang jauh lebih besar dibanding di negara negara maju [11]. Indonesia masih memiliki banyak peluang usaha karena dipengaruhi oleh perkembangan kebutuhan masyarakat yang mulai berubah dari sistem tradisional menjadi sistem teknologi digital. Perubahan ini memberikan dampak yang besar terhadap perubahan cara manusia berinteraksi, sehingga ekspansi usaha menjadi lebih fleksibel, menjangkau pasar sasaran lebih luas, media promosi lebih murah dan interaktif, kejelasan transparansi biaya operasional, digitalisasi produk/jasa, memperlancar sistem penindustrian, memberikan kemudahan transaksi komersial melintasi batas-batas budaya dan Negara dengan biaya yang relative lebih efektif [12].

Secara garis besar *e-commerce* memiliki beberapa jenis yang dapat diterapkan seperti, *e-commerce business to business (B2B)*, *e-commerce business to costumer (B2C)*, *e-commerce customer to customer (C2C)*, *e-commerce customer to business (C2B)*, *business to its employeues (EC B2E)*, *government to citizens (G2C)*, *mobile commerce (MC)*, *e-commerce businness to governance (B2G)* dan *collaborative commerce* [13] dalam proses penerapan ini maka dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya. Informasi tersebut disampaikan sebagai bentuk gambaran secara luas dan menyeluruh kepada para peserta seminar sebagai motivasi dalam menemukan ide kreastif usaha.

E-commerce memiliki kelebihan dan kekurangan yang harus dipahami dengan seksama seperti ketersediaan pasar nasional dan internasional, penurunan biaya operasional, distribusi dan penarikan informasi sedangkan untuk masyarakat atau pengguna adalah akses layanan 24jam tanpa batas dan juga layanan perpindahan yang lebih mudah dan nyaman kepada orang-orang di kota desa dan berbagai Negara sedangkan kekurangan yang dimiliki *e-commerce* memperlambat pertumbuhan dan penerimaan, kurangnya standar keamanan, *bandwidth* telekomunikasi yang tidak cukup dan harga akses yang mahal. [14]. Berdasarkan kajian tersebut dapat dijelaskan

bahwa teknologi juga memiliki kelebihan dan kekurangan yang harus dipikirkan sebelum digunakan karena mampu untuk membuat proses produksi menjadi meningkat atau bahkan menurun. Penelitian terdahulu menjelaskan bahwa dengan menggunakan *e-commerce* informasi yang disampaikan dapat terjangkau luas sehingga dapat meningkatkan penjuala [15]. Penelitian serupa menjelaskan bahwa dengan menggunakan internet dalam dunia bisnis sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik, internet mampu menjadi alat aplikasi strategi dalam bisnis [16].

Efektifitas *e-commerce* dapat dilihat dari segi usaha *e-commerce* itu sendiri maupun dari *user* atau pengguna *e-commerce* , di Indonesia masih minim penggunaan usaha diakibatkan dari masih rendahnya pengetahuan dan pemahaman penggunaan dalam melakukan transaksi serta masih rendahnya pengalaman penggunaan *e-commerce* [17]. Secara keseluruhan pelaku bisnis dapat memanfaatkan kondisi dimana masyarakat luas sudah sangat bergantung pada kemajuan teknologi terutama *smartphone*.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan berupa seminar untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat berfungsi untuk memberikan penjelasan mengenai kewirausahaan bagi siswa di SMA Negeri 9 Pontianak Timur dengan jumlah peserta sebanyak 72 orang terdiri dari 68 orang siswa dan 4 orang guru. Kegiatan pelaksanaan dimulai dari a). diskusi dengan pihak sekolah yang diwakili oleh guru bidang kesiswaan dan diarahkan kepada wali kelas, hasil dari diskusi tersebut menyatakan bahwa siswa yang akan dijadikan peserta seminar adalah siswa yang memiliki matakuliah kewirausahaan yaitu siswa kelas XI yang terdiri dari dua kelas, b) diskusi mengenai proses kegiatan waktu pelaksanaan agar tidak mengganggu jam pelajaran sehingga semua kegiatan dapat berjalan dengan baik dan selaras, c) menyusun artikel yang akan disampaikan agar sesuai dengan pola pemikiran para peserta yang masih berstatus pelajar, d) pelaksanaan kegiatan pada hari kamis tanggal 29 Oktober 2018 di ruang kesenian pada pukul 13.00 sampai dengan 15.00 WIB, e) pelaksanaan dimulai dengan pembukaan oleh guru bidang kesiswaaan, pembacaan doa dan presentasi dimana presentasi didukung dengan pernakgkat keras berupa laptop dan *lcd proyectore* untuk membantu agar kegiatan berjalan dengan lebih baik. Kegiatan dengan metode deskriptif analisis kondisi aktual dan diakhiri dengan sesi tanya jawab, sesi ini hanya membuka dengan dua termin pada setiap termin pertanyaan hanya untuk dua orang penanya mengingat waktu yang sudah lebih dari yang ditentukan.

Peserta dibekali dengan konsep dasar dalam upaya mendorong jiwa kewirausahaan agar pada waktu yang dibutuhkan kelak siswa bisa lebih mandiri dalam menghasilkan karya. Secara keseluruhan peserta

Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat 2019

SINDIMAS 2019

STMIK Pontianak, 29 Juli 2019

diberikan sedikit pembekalan mengenai kebijakan menggunakan *smart phone* karena dengan kemampuan yang baik sesungguhnya *smart phone* tidak hanya dapat digunakan pada kebutuhan pribadi seperti media sosial dan permainan. Alasan utama memberikan penjelasan ini agar para siswa lebih berpikir kreatif dan inovatif dalam menggunakan *smart phone*. Dinyatakan bahwa pengguna *smart phone* didunia mencapai angka 3.2 miliar pengguna hingga tahun 2015 [18], sehingga peluang terhadap praktek kerja *e-commerce* akan jauh lebih besar terserap bagi pengguna layanan dan pemenuhan kebutuhan konsumen. Dengan menjabarkan mengenai proses pembelian, penjualan, transfer atau pertukaran produk, layanan atau informasi melalui jaringan computer termasuk internet [19].

3. Hasil Pelaksanaan

Pelaksanaan seminar memberikan informasi mengenai kondisi bisnis global yang merajai hampir seluruh sisi kegiatan dengan perkembangan kemajuan teknologi internet. Menggunakan metode *e-commerce* dirasa menjadi pilihan yang paling tepat untuk dapat membantu penyedia produk agar mampu memberikan pelayanan, informasi dan memasarkan produknya melalui media elektronik untuk menjangkau pangsa pasar yang jauh lebih luas. Penguasaan teori mengenai pengembangan media promosi dan pemasaran berbasis *e-commerce* populer dengan baik jurnal simetris [20]. Kegiatan diselenggarakan bertujuan untuk memberi arahan kepada pelajar SMA agar lebih peka terhadap peluang bisnis dan kondisi bisnis saat ini. Para peserta cukup antusias dalam menerima kegiatan, terbukti dari durasi waktu pelaksanaan yang menjadi lebih panjang dari yang ditentukan. Pertanyaan disampaikan peserta antara lain adalah mengenai keterbatasan akses internet dipedalaman sehingga proses komunikasi bisnis dengan metode *e-commerce* menjadi penghalang utama. Permasalahan ini masih ramai diperbincangkan, akan tetapi dengan *e-commerce* sesungguhnya masyarakat dipedalaman sekalipun bisa mendunia, dan ini adalah peluang informasi bisnis yang sangat menjanjikan. Dengan memberikan informasi dengan menggunakan *e-commerce* dapat memberikan kemampuan dalam mengorganisir pesanan konsumen serta dapat memudahkan pengguna untuk menampilkan status setiap produk dalam transaksi online [21]. Acara seminar diikuti oleh pelajar SMA yang merupakan generasi penerus bangsa dengan peluang besar untuk menjadi penerus perindustrian tanah air. Karakteristik peserta dalam acara seminar di SMA N 9 Pontianak Timur terpapar pada tabel 1.

Tabel 1. Sasaran Peserta Seminar

| No | Sasaran Peserta | Jumlah | Persentase |
|----|-----------------|--------|------------|
| 1. | Murid Kelas XI | 68 | 68% |
| 2. | Guru | 4 | 4% |
| | Jumlah | 72 | 100% |

Materi yang disampaikan berupa slide power point dengan harapan peserta menjadi lebih mudah untuk memahami ditambah dengan penjelasan secara deskriptif analisis. Gambar *slide show power point* berikut yang diberikan pada saat pelaksanaan kegiatan berlangsung:



Gambar 1. Slide Show Power Point

Pada gambar 1 terlihat dengan jelas bentuk slide judul power point yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung. Judul tersebut diambil untuk memberikan gambaran secara rinci apa dan siapa yang dijadikan sebagai sasaran dalam praktek kerja pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan pada akhir tahun 2018 untuk peran sebagai dosen dalam rangka menjalankan tridharma perguruan tinggi.



Gambar 2. Slide Show Power Point

Gambar 2 merupakan slide berikutnya dalam penjabaran yang terkait dengan judul. Diberikan sedikit gambaran untuk menarik peserta dalam proses komunikasi. Rincian mengenai penjabaran lain berada pada deskripsi yang disampaikan secara langsung pada proses diskusi.

Proses kegiatan seminar memberikan gambaran mengenai kondisi dunia bisnis pada saat ini dan masa yang akan datang dengan ditunjang kemajuan teknologi informasi. Para pelajar yang merupakan tunas bangsa yang juga merupakan pengguna aktif teknologi informasi menjadi dasar dalam proses kemajuan bisnis digital dimasa yang akan datang jika para tunas bangsa tersebut dapat membaca peluang dengan cermat dan interaktif.



Gambar 3. Presentasi Materi Seminar

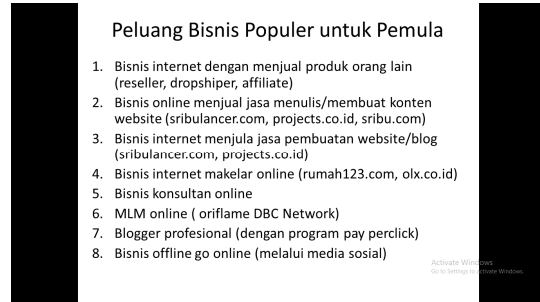
Peserta seminar yang telah menjadi pengguna aktif teknologi informasi sesungguhnya telah memiliki bekal tersendiri dalam proses kerja *e-commerce*. Seminar ini memberikan motivasi dan pengetahuan tambahan untuk mengangkat semangat para pelajar dalam memahami, menemukan dan memulai proses bisnis dari hal yang paling mereka kuasai, ada dalam ruang lingkup yang dekat dan tidak menghambat proses belajar mengajar dalam waktu dekat ini.



Gambar 4. Antusias Peserta

Gambar 4 menjelaskan antusias peserta sampai dengan akhir acara walau waktu sudah semakin petang. Antusias ini memberikan gambaran betapa para peserta menikmati proses seminar yang berlangsung. Dimana para peserta memiliki peluang sangat besar pada saat teknologi berada ditangan mereka. Hanya saja masih banyak dari pengguna belum dapat memahami dan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut secara maksimal.

Secara luas setiap pengguna dapat memulai bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi informasi. Pemanfaatan ini mendukung produk yang akan dipasarkan untuk memperoleh calon konsumen dari segala penjuru dunia akan tetapi dengan catatan bahwa pelaku bisnis memahami setiap kaidah proses kerja *e-commerce*. Dengan memahami secara detail dampak negative dan positif dari proses bisnis ini maka pengguna diharapkan lebih mampu untuk meminimalisir risiko kerugian dan memacu laju keuntungan.



Gambar 5. Slide Show Bisnis untuk Pemula

Peluang bisnis yang dapat menjadi sebagian referensi bagi pemula pada saat akan memulai bisnis global. Bentuk bisnis pada gambar 5 masih memiliki peluang yang cukup besar untuk memperkaya ragam bisnis global yang telah tersedia. Dengan memahami kekurangan yang dimiliki *e-commerce* lain seorang pemula dapat menghadirkan kelebihan yang akan menjadi nilai jual lebih dari proses bisnis lainnya.

Siapa saja dapat menjadi pelaku bisnis dengan mengandalkan sistem kerja *e-commerce*. Dimana saja *e-commerce* dapat berlangsung dengan baik jika pelaku terus berinovasi. Berikut ini adalah beberapa jenis *e-commerce* yang dijelaskan dalam seminar pengabdian kepada masyarakat di SMA N 9 Pontianak :



Gambar 6. Slide Show Power Point

Berdasarkan kriteria jenis *e-commerce* yang ada pada gambar 6 memberikan penjelasan bahwa setidaknya terdapat tujuh jenis dasar *e-commerce* dengan perbedaan karakteristik. Secara umum semua transaksi menggunakan elektronik yang dilakukan oleh sesama pelaku bisnis dinyatakan sebagai jenis *e-commerce B2B*, sedangkan *B2C* merupakan jenis *e-commerce* antara pelaku bisnis dengan konsumen sebagai pengguna akhir. Begitu juga penjabaran mengenai jenis jenis *e-commerce* lainnya dapat disesuaikan terhadap jenis produk yang ditawarkan pelaku bisnis terhadap pengguna.

E-commerce memiliki kelebihan yang membuat sistem kerja bisnis ini begitu populer karena memiliki kemampuan memberikan layanan yang lebih bervariasi dan fleksibel, ditambah dengan rantai distribusi yang efisien sehingga membantu proses transaksi secara

keseluruhan. Kelebihan *e-commerce* membuat merek dagang suatu produk menjadi lebih mudah untuk diketahui oleh konsumen sehingga kapan saja dan dimana saja konsumen dapat melakukan transaksi. Efektifitas dan efisiensi proses kerja *e-commerce* memiliki daya tarik tersendiri untuk menumbuhkembangkan pelaku dan pengguna pasar dalam mewujudkan transaksi jual beli.

Berdasarkan penjabaran menarik mengenai sistem kerja *e-commerce* membuat para pelajar selaku peserta seminar menjadi antusias dalam menggali lebih dalam mengenai hal lain yang tidak dijelaskan dalam slide show power point. Seminar kali ini dianggap berhadil untuk memberikan wawasan dan informasi berguna bagi para pelajar di SMA N 9 Pontianak dalam mendorong semangat kewirausahaan.

4. Kesimpulan

Seminar yang diselenggarakan di SMA N 9 Pontianak Timur berjalan dengan lancar. Pelaksanaan memberikan informasi kepada peserta agar mampu menghasilkan peluang bisnis dengan menerapkan *e-commerce*. Semakin hebat perkembangan teknologi informasi maka semakin besar pula peluang bisnis mendunia. Berguna memberikan kontribusi positif dalam menumbuhkembangkan semangat kewirausahaan para generasi muda maka akan sangat sesuai jika memenuhi kaidah lingkungan global dan faktor kekinian yang tengah menjadi bagian yang paling intim dari subjek utama sasaran kegiatan berlangsung. Peserta merasa begitu antusias terhadap penyajian dan diskusi yang disampaikan karena dengan melakukan tindakan yang dapat memberikan nilai tambah para peserta tetap dapat melakukan aktifitas sesuai dengan kegemarannya yaitu bersosialisasi melalui media elektronik. Penerapan *e-commerce* mampu mendorong kegairahan para generasi muda untuk menjadi pelaku bisnis dalam memsarkan produk secara global.

Daftar Pustaka

- [1]. K. C. Loudon, & C. G. Traver, "E-commerce 2014: Business, Technology, Society," Tenth Edition, Prentice-Hall, Inc, 2013.
- [2]. I. G. N. Setyawan Adi, I. W. Sukadana., M. D. Sientisna, "Peran Ecommerce Terhadap Penjualan Usaha Pada Industri Pakaian Jadi Di Provinsi Bali," Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Bali, Vol. 6. No. 12, 2017.
- [3]. W. Febriantoro, "Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia," Jurnal MANAJERIAL, 17(2), pp. 184-207. 2018.
- [4]. S. Maryama, "Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha," Liquidity, 2(1), pp. 73-79. 2013.
- [5]. H. A. Mumtahana, S. Nita, & A. W. Tito, "Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran," Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika, 3(1), pp. 6-15, 2017.
- [6]. D. Komalasari, I. Seprina, "Penerapan E-Commerce pada Toko Mawar Songket Palembang Berbasis Web," Jurnal Betrik, 13(1), pp. 56-62, 2018.
- [7]. S. Kosasi, "The Maturity Level of Information Technology Governance of Online Cosmetics Business," 3rd International Conference on New Media (CONMEDIA), IEEE, 2015.
- [8]. N. W. Deriani, A. Nugroho, "Penerapan E-Commerce dalam Kegiatan Pemasaran Produk Kerajinan Tangan di Kecamatan Tegallalang," Jurnal Sistem dan Informatika (JSI), 8(2), pp. 60-67, 2014.
- [9]. S. Kosasi, "Perancangan Sistem E-Commerce untuk Memperluas Pasar Produk Oleh-Oleh Khas Pontianak," Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia (SNASTIA), 2015.
- [10]. Aco, Ambo, E. Hutami, "Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar," Jurnal INSYPRO (Information System and Processing), 2(1), 2017.
- [11]. H. P. Putra, "Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pengguna Steam Valve Di Kota Bandung)," 2017.
- [12]. S. Kosasi, "Perancangan dan Pemanfaatan E-Commerce Untuk Memperluas Pasar Produk Furniture," Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi (SENTIKA), 2015.
- [13]. E. Turban, J. Strauss, & L. Lai, "Social commerce," Prentice Hall, 2012.
- [14]. E. Turban, D. King, J. K. Lee, T. P. Liang, & D. C. Turban, "Electronic Commerce: A Managerial and Social Networks Perspective," Springer, 2015
- [15]. D. L. Fithri, A. P. Utomo, F. Nugraha. "Pemanfaatan E-Commerce Populer Populer untuk Optimalisasi Pemasaran Produk Pada Kube Bordir Kurnia Desa Demangan Kudus," Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer, 8(2) pp. 819-824. 2017.
- [16]. D. Irmawati, "Pemanfaatan e-commerce dalam dunia bisnis," Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis, 2011.
- [17]. I. Sidharta, & R. Sidh, "Pengukuran Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping pada E-Commerce," Jurnal Computech & Bisnis, 8(2), pp. 92-100, 2014.
- [18]. D. Fitriani, "Pengaruh Gender Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online (Studi Kasus Terhadap Masyarakat Pontianak)," CCIT Journal, 12(1), pp. 99-107, 2019.
- [19]. E. Turban, Rainer, Poter, "Pengantar Teknologi Infomasi," Salemba Infotek, Jakarta, 2006.
- [20]. N. M. Widani, et al. "Menguji Ketajaman Implementasi E-Commerce dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali," Jurnal Manajemen dan Bisnis, 16(2), pp. 79-98, 2019.
- [21]. A. N. Rachman, C. M. S. Ramdani. "IbM Pelatihan Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Global untuk Peningkatan Penjualan Produk Kelom Geulis (Studi Kasus: UKM Kelom Geulis Tamansari Tasikmalaya)," Jurnal Pengabdian Siliwangi, (2)1, 2016.