
**PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI
E-BUSINESS PADA CV DCP**

Oleh

Etin Puspita Sari¹, Mochamad Fatchurrohman², Fajar Tenovita Sari³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

Email: ¹etin.puspitasari@stiemahardhika.ac.id,

²mochamad.rohman@stiemahardhika.ac.id, ³fajar.novitasari@stiemahardhika.ac.id

Abstract

Data innovation can drive industries and change the way businesses are run. It is not appropriate for the role of e-business information and communication technology to be the main choice in the digital 4.0 era. Due to the growing development of technology in the digital era. Many large companies have used e-commerce information and communication technology to rethink their business strategy. Information and communication technology is a support in the success of a company's product marketing strategy. Technology is a major asset where it is easier for companies to reach customers in global market competition. Information and communication technology or abbreviated as ICT are all technologies related to information handling. Meanwhile, e-business is a business activity involving information systems that are connected to one another and computerized. In this study using a qualitative descriptive analysis research method with the assignment method of interviews. The purpose of this study is to provide an overview of how beneficial the use of e-business information and communication technology is in the hope that all employees can take advantage of e-business information and communication technology systems. Because the large number of respondents chose the strategy of utilizing e-business technology and information, it is appropriate for the government to provide support and monitoring in the form of training and technical guidance within a company for the sake of progress and trade competition in the digital era. Where a company must necessarily follow the development of the era which is increasing in terms of information technology and e-business communication.

Keywords: Technology, Communication, E-Business, Information Systems

PENDAHULUAN

Di masa sekarang dampak teknologi tidak dapat dielakkan bagi semua orang di era milenial seperti saat ini. Setiap hari setiap saat kita tidak lepas dengan adanya teknologi mulai dari telepon, komputer, televisi, radio dan mesin faks. Saat ini teknologi informasi dan komunikasi *e-business* merupakan media yang sangat kerap digunakan pada era digital saat ini. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi *e-business* memiliki dampak yang signifikan pada jalinan bisnis di tingkatan industri perusahaan, bisnis, dan operasional. Keberhasilan bergantung pada tata kelola yang mempunyai pikiran terbuka, sehingga mereka

dapat mempelajari serta membuka poin sebenarnya dari *e-commerce*. Keuntungan dari *e-business* tidak hanya dapat mempercepat dan mengeksekusi proses internal perusahaan, tetapi juga dapat memperluas keuntungan ke anggota rantai pasokan lainnya. Organisasi dapat memberikan nilai plus kepada pelanggan dengan produk dan layanan dalam banyak ide yang dapat dilakukan oleh *e-business*. Selain itu, dengan menerapkan *e-business* dalam lingkungan yang berubah dengan cepat, organisasi dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan memenangkan persaingan. Seperti yang dijelaskan (Tofler, Alvin, 1991)

perkembangan tersebut terjadi pada tiga frekuensi. Pertama berupa teknologi pertanian, selanjutnya pada frekuensi teknologi industri, dan terakhir pada frekuensi elektronika dan ilmu komputer. Untuk bertahan hidup, sebuah industri atau kelompok harus mampu menganalisis dan berubah dari waktu ke waktu. Fakta kian hari kian meningkat persaingan dagangan di era digital untuk memenuhi persaingan pasar global. Perusahaan di tengah krisis perlu menemukan cara untuk menjadi efisien, peka mengenai perubahan, dan menghemat serta meningkatkan hasil secara maksimal sumber daya. Peranan penting Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi semakin berguna. Sebelumnya hanya digunakan untuk menghasilkan laporan dan rutinitas manajemen catatan, perusahaan menyadari bahwa TIK dapat digunakan lebih lanjut. Melalui internet *e-business* wawasan akan dunia luar semakin tidak terbatas. Peluang untuk mengembangkan sayap pasar perdagangan global semakin terbuka lebar. Namun di sisi lain agar mampu untuk menghadapi di dalam persaingan dagang yang kian ketat di era digital, sebuah organisasi atau perusahaan harus dapat memanfaatkan sumber upaya yang ada guna menunjang kemudahan dalam menjalankan sistem informasi dan komunikasi *e-business*. Maka dari itu pentingnya sebuah sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*) yaitu, sistem informasi yang mengharuskan organisasi untuk impulsif dan konsolidasi proses bisnis utama. Berbagai jenis penggunaan *e-business* mencakup kemampuan perusahaan hulu untuk melakukan *e-procure* dan mencari barang di sepanjang rantai pasokan untuk menemukan pemasok terbaik dari seluruh dunia, bukan hanya wilayah. Berbagai perangkat yang mendukung perencanaan sumber daya perusahaan (ERP) banyak digunakan dalam proses bisnis. Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang canggih *e-business* semestinya dapat mencakup keseluruhan guna dapat meningkatkan potensi perkembangan

teknologi dalam bidang apapun tidak hanya pada sebuah organisasi atau perusahaan. Menurut *Oxford English Dictionary*, (Aji Supriyanto, 2005) mengemukakan teknologi informasi sebagai perangkat keras dan perangkat lunak, yang biasanya dapat mencakup hubungan dan telekomunikasi dalam konteks bisnis. Dengan berkembangnya teknologi informasi, sebagian kegiatan bisnis yang menggunakan komputer adalah perangkat elektronik, yang pada dasarnya merupakan istilah inovasi yang melibatkan PC sebagai gadget perhatian utama dan mencerna informasi menjadi data yang berharga (Aji Supriyanto, 2005). Demikian pula, menerapkan *e-business* dalam bisnis inti sebenarnya dapat membawa keuntungan dan kerugian bagi bisnis inti itu, masalah ini bisa menjadi dilema yang perlu diselesaikan manajemen. Di satu sisi, teknologi ini membawa keuntungan besar bagi penjualan. Promosi dapat dilakukan secara tidak langsung untuk meningkatkan efisiensi tenaga kerja. Namun, di beberapa bidang bisnis, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi *e-business* cenderung mahal. Hal ini disebabkan oleh biaya operasi yang sangat tinggi dari teknologi ini. Bahkan bisa lebih tinggi dari manfaat penerapan informasi *e-business* dan teknologi komunikasi itu sendiri. Oleh karena itu, ini tidak sesuai dengan teori biaya-manfaat. Jika profit yang diperoleh lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan.

LANDASAN TEORI

A . Pengertian Teknologi Informasi

Teknologi informasi terdiri dari dua kata yaitu teknologi dan informasi yang masing-masing memiliki arti yang berbeda. Teknologi informasi memiliki arti saat ini. Namun, yang dimaksud dengan teknologi adalah alat yang dapat memudahkan atau mempercepat pekerjaan (Abdul Kadir & Triwahyuni, 2013). Alat teknologi dapat menjadi perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras dapat berupa mesin, alat, komputer, dll, tetapi perangkat lunak dapat

berupa perangkat lunak atau prosedur dan peraturan yang ada. Metode yang digunakan dalam inovasi informasi adalah inovasi perangkat keras, inovasi asosiasi, dan inovasi yang dapat memberikan selain fokus pada suatu organisasi (Hastha Dewa Putranta, 2004). Data, di sisi lain merupakan, data yang penting bagi penerima dan penerima manfaat dalam konfigurasi yang berguna untuk arah saat ini atau masa depan (Aji Supriyanto, 2005). Selain itu, pengertian teknologi informasi adalah seperangkat alat yang memudahkan memanipulasi informasi dan mengerjakan tugas-tugas yang berkaitan dengan pemrosesan informasi (Haag dan Keen, 1996), dan teknologi informasi hanyalah teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) tidak terbatas pada. Ini digunakan untuk memproses dan menyimpan data, juga menggabungkan inovasi korespondensi (Martin, 1999) untuk melakukan komunikasi data. Inovasi data adalah perpaduan antara PC dan saluran korespondensi tinggi yang mengirimkan informasi, suara, dan video. (Williams dan Sawyer, 2003) dalam (Abdul Kadir dan Terra, 2013). (Yusuf Hadi Miarso, 2004) menjelaskan bahwa ciri-ciri perkembangan gelombang elektronika dan teknologi informasi ini adalah:

1. Peningkatan kapasitas untuk mengumpulkan, menyimpan, mengontrol, dan menyajikan data.
2. Informasi menunjukkan kecepatan telah dipindahkan.
3. Penurunan perangkat keras dan aksesibilitas hadiah.
4. Berbagai macam pilihan data untuk mengatasi berbagai masalah.
5. Penggunaan item inovasi data dan korespondensi baik dalam desain peralatan dan pemrograman.
6. Kemampuan untuk menyebarkan data lebih cepat dan lebih jauh. Itu membuat data lebih terbuka dengan memisahkan batas geografis, politik, dan residensi.
7. Bekerja pada pemanfaatan data melalui administrasi yang berbeda

yang kami dapat memberikan jawaban yang lebih baik untuk masalah yang ada dan harapan yang lebih tepat mewakili hal-hal yang akan datang.

B . Pemanfaatan *E-Business*

Dengan *e-business* (Turban, 2004), *e-commerce* dirumuskan sebagai proses pengadaan, pemasaran, dan alterasi produk, fasilitas, dan informasi melalui jaringan komputer, terutama internet. Di sisi lain, (Turban, 2004) mendeskripsikan *e-business* sebagai manfaat *e-commerce* yang lebih bertambah tidak hanya membeli dan menjual produk/jasa, tetapi juga untuk kolaborasi dengan konsumen, mitra bisnis lain, dan dalam beberapa hal manajemen meningkat dan transaksi elektronik terlihat . Di dalam organisasi *e-commerce* menetapkan pada area yang lebih kecil. Artinya, sekedar jual beli produk, jasa, dan informasi antar mitra dagang melalui jaringan komputer. *e-commerce* mengacu pada area yang lebih luas seperti layanan pelanggan, bekerja dengan mitra dagang, dan transaksi elektronik internal dalam suatu organisasi. Menurut Diana (2001), keuntungan dari *e-business* untuk adalah: (1) Mendukung aktivitas periklanan terdekat dan keseluruhan untuk membantu asosiasi dengan memperoleh klien tambahan, memilih penyedia terbaik, dan membuat asosiasi dengan rekan-rekan kunci yang mereka anggap terbaik dan oleh dan properti besar. (2) Mengurangi penggunaan, pemeliharaan, penambahan, dan pemulihan informasi di atas kertas. (3) Ini memberikan kekuatan demi mewujudkan durasi bisnis tertentu melalui web internet. (4) Manfaat yang berbeda, misalnya, gambar yang lebih baik, perawatan klien yang lebih baik, rekan baru, akses ke data yang lebih lengkap. Dengan belajar dari pengalaman nyata, bisnis online juga telah mengubah cara kita melanjutkan pekerjaan.

Pada tahun 1995, situs web amazon.com memperkenalkan kepada dunia berbagai cara untuk membeli buku. Dulu saya harus datang ke toko buku untuk membeli buku, tapi sekarang saya hanya perlu berdiam diri di rumah,

mengunjungi *website* amazon.com, melakukan transaksi pembelian, dan buku diantar ke depan pintu. Amazon.com juga mengklaim menggunakan ICT secara ekstensif dalam proses bisnis agar sangat efisien sehingga perusahaan tidak memerlukan gudang. Bayangkan sebuah perusahaan yang melayani dunia, tetapi memiliki nilai transaksi yang besar dan tidak membutuhkan gudang. Terhitung sejauh ini, amazon.com telah berhasil mencapai keunggulan kompetitif dengan menggunakan ICT 15 tahun yang lalu.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan kepandaian karyawan dalam hal pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi yaitu dengan menggunakan Metode penelitian kualitatif dan deskriptif. Menurut Bogdan dan Taylon Moleong (2005), metode kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa bahasa manusia tertulis atau lisan dan menggerakkan semua perilaku yang diamati (agregat), yang didefinisikan sebagai metode penelitian.

A. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari literatur tentang teknologi informasi dan komunikasi *e-business*. Kemudian, sumber data utama adalah dengan tugas wawancara:

1. Wawancara dengan manajer perusahaan
2. Wawancara dengan karyawan atau staf IT Perusahaan

Metode penugasan wawancara atau pemberian tugas kepada peneliti dengan cara memberikan tugas pertanyaan kepada karyawan CV DCP kemudian pertanyaan tersebut akan ditanyakan kepada seorang narasumber atau informan karyawan perusahaan. Wawancara itu sendiri adalah kegiatan tanya jawab lisan untuk mengumpulkan informasi. Format informasi

yang diterima dapat direkam secara tertulis atau dalam format audio, gambar atau audiovisual.

Percakapan Wawancara



Gambar 1. Percakapan Wawancara

B. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Pengumpulan data sekunder metode pengumpulan data sekunder sering disebut metode dokumenter, karena dalam hal ini peneliti tidak mengumpulkan data secara langsung, tetapi meneliti dan menggunakan data itu sendiri, bahan atau dokumen yang dihasilkan oleh departemen lain.
2. Pengumpulan data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama atau subjek penelitian di lapangan. Data primer dapat diperoleh menggunakan beberapa teknik yaitu:
 - a. Wawancara.

Metode wawancara yaitu memberikan data/informasi dengan menanyakan kepada informan/subyek. Hasil wawancara dapat direkam, direkam oleh peneliti, kemudian dimasukkan dalam transkrip untuk menjadi data penelitian.

b. Observasi.

Observasi adalah metode pengambilan data dengan melakukan pengamatan fenomena yang terjadi secara langsung di lapangan. Pengamatan harus dicatat atau didokumentasikan.

C. Situasi Sosial dan Sampel Teoritis

Situasi sosial untuk penelitian ialah beberapa karyawan yang ada di perusahaan CV DCP sebagai acuan dan bahan penelitian. Sedangkan untuk sampel teoritis dari penelitian untuk perusahaan CV DCP dengan menunjuk

2 informan atau narasumber salah satu pimpinan CV DCP dan Staf IT dipilih secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* khususnya mengingat penentuan atribut tertentu yang dipandang berdasarkan kualitas populasi yang baru diketahui (Rosady Ruslan, 2007).

D. Teknik Analisis Data

Untuk menunjang kajian dan pengolahan data dari penelitian ini metode yang digunakan ialah dengan Metode Deskriptif Kualitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi Data dan Komunikasi *e-business* melarang pembentukan rencana aksi baru dan kerangka kerja pertukaran jenis baru. Ada empat fase dalam perubahan ke *e-business*. Khususnya (1) Situs asosiasi ada di internet melalui situs yang mempertimbangkan koordinasi perdagangan dengan pusat administrasi, klien, dan kerangka kerja promosi (2) Tautkan situs Anda ke jaringan toko Anda. (3) Buat serikat pekerja dan kemitraan untuk mengambil keuntungan dari rencana aksi baru. Model adalah pertukaran saham elektronik melalui Internet. (4) Penguatan industri: *e-business* menjunjung tinggi jawaban modern untuk mengkonsolidasikan penguasaan mereka dan membuat bundel.

Kewajiban CV DCP terhadap pemanfaatan inovasi data semakin tegas dalam memberikan kecepatan dan ketepatan administrasi yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu, CV DCP telah membangun kembali asosiasi dan pengurusnya. Salah satunya dengan menempatkan bidang inovasi data sebagai unit kerja yang signifikan dalam latihan fungsional organisasi.

Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi *e-business* perlu dibarengi dengan perubahan cara pandang internal organisasi dan koordinasi budaya organisasi. Manajemen pengetahuan merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan implementasi *e-business*, sehingga pola penyebaran pengetahuan juga perlu ditingkatkan. Perusahaan juga perlu membangun bentuk bisnis yang sesuai dengan *e-business* yang digunakan. Beberapa perusahaan memilih untuk bekerja dengan mitra di sepanjang rantai pasokan karena alasan efisiensi.

Misalnya, ini memberikan keamanan pengiriman dan penghematan biaya penyimpanan antara perusahaan manufaktur dan pengiriman. Contoh lain adalah bahwa beberapa perusahaan serupa di industri yang sama, seperti Ford, Renault dan Nissan, bekerja sama untuk mendapatkan bahan baku dan mencari pemasok. Implementasi *e-businesses* yang sukses membutuhkan banyak dorongan intern dalam format struktur organisasi, budaya organisasi, dan keterampilan Sumber Daya Manusia.

Ada lima teori desain organisasi utama: desain koherensi, pendekatan lima arah, pendekatan proses, desain diri, dan sistem sosioteknik yang memungkinkan organisasi untuk mendesain ulang struktur organisasinya agar lebih cocok untuk implementasi e-bisnis. Menurut Neilson, Pasternack dan Viscio (dari Philips 2003), organisasi *e-business* tidak lagi menjadi satu kesatuan, tetapi perpanjangan dari jaringan global unit bisnis yang berorientasi pasar dan layanan dukungan bersama. Perkembangan organisasi elektronik terjadi pada tujuh aspek utama. Artinya, (1) Desain otoritatif. (2) Pemimpin (3) Tenaga kerja dan kecenderungan berwibawa. (4) Konsistensi, (5) Pengetahuan, (6) Koalisi, (7) Peraturan Umum, adanya inovasi data dan korespondensi di segala bidang memiliki konsekuensi positif dan negatif.

Pekerjaan penting dari inovasi data dan korespondensi tidak dirasakan dalam kerangka berpikir pelatihan itu, namun selain persyaratan untuk agen, sarana yang kuat dan produktif untuk mengatasi masalah yang dibatasi oleh inovasi data dan korespondensi, dirasakan di berbagai bidang. Oleh karena itu, inovasi data dan surat menyurat saat ini merupakan kebutuhan esensial, bukan kebutuhan opsional.

a. Kontribusi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Perkantoran.

Tugas administrasi seperti menulis surat yang dilakukan dengan mesin ketik manual kini digantikan oleh komputer. Penyimpanan surat dan dokumen disebut pengarsipan. Kegiatan pengarsipan sekarang

dapat dilakukan dengan menggunakan komputer yang memiliki data elektronik yang tersimpan pada *hard drive*, *floppy disk*, atau CD. Menurut Faizal Akbar Zainal (2001), kantor memiliki lima jenis fungsi dukungan manajemen. Fitur rutin dan manajemen kantor yang memerlukan perhatian minimal termasuk pengarsipan dan penyalinan. Manajemen kantor yang membutuhkan kemampuan teknis, pendapat, keputusan, dan keterampilan yang sesuai kemampuan untuk menggunakan beberapa program aplikasi komputer. Manajemen kantor yang membutuhkan kemampuan analitis, pemikiran kritis dan kreatif, dan dapat membuat keputusan seperti pelaporan dan analisis, keputusan pembelian, dll.

b. Kontribusi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Dunia Industri.

Di industri alat komputer seperti desain berbantuan komputer (CAD) membuat desain produk lebih cepat, lebih mudah, dan lebih akurat. Kedua, selama fase produksi, perusahaan besar dapat menggunakan robot yang dikendalikan komputer dengan program kontrol numerik komputer (CNC) dan manufaktur berbantuan komputer (CAM).

c. Kontribusi Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bidang Perbisnisan dan Perbankan.

Di bidang perkantoran, teknologi komputer digunakan untuk mengolah penggajian, data statistik, dan pembukuan (keuangan). Sistem komputer mengotomatisasi pekerjaan kantor sehari-hari. Banyak perusahaan sudah menggunakan sistem komputer untuk pemantauan persediaan, pelaporan keuangan, peramalan, dan perencanaan bisnis masa depan. Kerangka data eksekutif (MIS) telah dibuat oleh organisasi untuk memberikan data yang berpikiran maju tentang aktivitas bisnis dan untuk menentukan pilihan bisnis. Untuk klien, tugas kerangka kerja TI adalah untuk lebih mengembangkan kecepatan, ketepatan, dan sifat administrasi.

Untuk organisasi, misalnya, rantai ritel, pertukaran kerangka kerja data papan menggunakan pengguna tag standar (instrumen yang dapat mengenali jenis barang, biaya, dan stok). Dari hasil wawancara dan observasi dari informan saat kami memberi pertanyaan kepada informan terkait “Bagaimana Pemanfaatan Teknologi Infomasi dan Komunikasi *e-business* di perusahaan” sebagai berikut hasil wawancaranya :

1 . Narasumber 1 Manajer Perusahaan menjawab wawancara kami sebagai berikut :

(Jawaban Pertama)

“Di perusahaan yang saya pegang saya sebagai manajer perusahaan sangat mengikuti perkembangan jaman apalagi di era digital seperti sekarang. Saya juga memfasilitasi berbagai keperluan sistem guna menunjang kelancaran teknologi di perusahaan.” (Manajer Perusahaan).

(Jawaban Kedua)

“Untuk pemanfaatan e-business di perusahaan sudah terbilang mumpuni sekali dari segi desain dan tampilan sistemnya harapannya lebih mudah untuk dikenal produk – produk yang ada di perusahaan ini.” (Manajer Perusahaan).

2 . Narasumber 2 Staff IT Perusahaan menjawab wawancara kami sebagai berikut :

(Jawaban Pertama)

“Saya sebagai staff IT sangat terbantu dengan fasilitas perusahaan terkait pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi e-business karena saya dengan mudah dapat memprogram sistem teknologi yang ada di perusahaan untuk lebih mengenalkan e-business perusahaan kepada masyarakat global.” (Staff IT Perusahaan).

(Jawaban Kedua)

“Saya selaku staff disini trus berinovasi dan menciptakan desain – desain produk baru dan menarik guna menunjang e-business perusahaan agar lebih maju.” (Staff IT Perusahaan).

Dari hasil wawancara dengan informan atau narasumber di atas menggambarkan bahwa pemanfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi *e-business* di perusahaan sungguh sudah sangat memadai dari segi sistem dan staff IT pun juga sudah sangat mampu mengikuti perkembangan jaman terkait pemanfaatan sistemnya demi menunjang kelancaran *e-business* perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Perkembangan teknologi khususnya elektronik bisnis dan komunikasi sangatlah pesat dari tahun ke tahun, dari mulai manusia tidak mengenal teknologi sampai sekarang manusia dipermudah oleh teknologi tersebut, kita sebagai pelaku usaha tentunya harus pandai dalam memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut sehingga hasilnya dapat bermanfaat untuk kemajuan bisnis. Dari beberapa bidang yang telah dijabarkan dalam pembahasan kemajuan teknologi sangat penting dalam kehidupan dimana teknologi tersebut sebagai alat atau media. Untuk sejumlah organisasi perusahaan, pengenalan *e-commerce* dapat menjadi keutamaan kompetitif bagi perusahaan. Untuk mendapatkan keutamaan kompetitif, perusahaan perlu mengidentifikasi model bisnis yang tepat untuk perusahaan mereka. Implementasi *e-business* untuk mencapai dan memaksimalkan pangsa yang dibutuhkan. Pemanfaatan *e-business* di perusahaan sudah sangat maksimal dan berbagai sistem penunjang juga sudah tersedia dan untuk tahap selanjutnya tinggal perusahaan harus lebih dapat memanfaatkan sistem tersebut sehingga *e-business* dapat lebih dikembangkan dan lebih bisa bersaing di era digital 4.0 pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdul Kadir & Terra Ch. Triwahyuni. 2013. Pengenalan Teknologi Informasi. Yogyakarta.
- [2] Aziz, A. (2015). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 10(1), 35. <https://doi.org/10.17933/bpostel.2012.100104>
- [3] Basry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *IKRA-ITH INFORMATIKA : Jurnal Komputer Dan Informatika*, 2(3), 53–60. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-informatika/article/view/266>
- [4] Fatchurrohman, Mochamad, and Damarsari Ratnasahara Elisabeth. 2024. “DEVELOPMENT OF VILLAGE ENTERPRISES BASED ON INSIDE-OUT LOGIC BUSINESS STRATEGY WITH DEMATEL DEVELOPMENT TECHNIQUE TO DETERMINE THE OPTIMIZATION OF TOURISM VILLAGE BUSINESS STRATEGY.” 08(04): 1–10.
- [5] Fatchurrohman, Mochamad et al. 2024. “Gaya Komunitas Karyawan Untuk Meningkatkan Kinerja Dan Disiplin Kerja Pada Pt Nsp.” 10(3): 1–9.
- [6] Haag, S., P. Keen. 1996. *Information Technology Tommorrow,s Advantage Today*. McGrawHill.
- [7] P-issn, V. N. E., & Lubis, K. N. (2023). *VISA : Journal of Visions and Ideas Peran Teknologi Dalam Perkembangan E -Business VISA : Journal of Visions and Ideas*. 3(2), 434–442.
- [8] Romdonny, J. (2017). MANFAAT E-BUSINESS DALAM PEMASARAN BOLA SEPAK: Studi empiris pada PT. Sinjaraga Santika Sport (Triple S) Majalengka. *Journal Industrial Servicess*, 3(1), 1–4.

-
- [9] Thousani, H. F. A. F. ;Sunarti. (2015). Upaya Pengembangan E-Business Dalam Pemasaran Produk Secara Internasional (Studi Pada Akademi Bisnis Online Indonesia Surabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 23(1), 85986.
- [10] Harisno, Harisno, and Tri Pujadi, 'E-Business Dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan', *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 3.2 (2009), 66 <https://doi.org/10.21512/commit.v3i2.516>
- [11] Manaf, Syahrial, Lily Dianafitry Hasan, Muhammad Musawantoro, and Faizal Akbar Zainal. 2020. "Pengaruh Kegiatan Pemasaran Online (E-Commerce) Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kuliner Tradisional Di Sulawesi Selatan." *PUSAKA (Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event)* 2(1): 66–72.
- [12] Martin, E.Wainright. et.al. 1999. Managing Information Technology What Managers Need to Know.
- [13] Miarso, Yusuf hadi, Menyemai Benih Teknologi Pendidikan, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004
- [14] Moleong, Lexy J. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- [15] Muntaqo, Rifqi, 'Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Perkembangan Budaya Masyarakat', *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 4.1 (2017), 12–20
- [16] Prihatini, Tatik et al. 2024. "Jurnal Hilirisasi Pengabdian Masyarakat UPGRADING PENGURUS BPRS ANGGOTA ASBISINDO JAWA TIMUR PLUS JURNAL JIHAPENMAS." 1(2): 143–48.
- [17] Putranta, Hastha Dewa. 2004. Pengantar Sistem Dan Teknologi Informasi, Yogyakarta, AMUS.
- [18] Ruslan, Rosady. 2007. Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- [19] Supriyanto, Aji. 2005. Pengantar Teknologi Informasi, Jakarta, Salemba Infotek.
- [20] Tampang, B. Limbong, 'Peran LPTK Dalam Pengembangan Pendidikan Vokasi Di Indonesia', *Paper Seminar Sistem Informasi Manajemen*, 2007, 415–22
- [21] Turban, Efraim, et al. 2004. Electronic Commerce a Managerial Perspective. New Jersey : Pearson Education International.
- [22] Williams dan Sawyer. 2003. Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers and Communications.London: CareerEducation.
-