

IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PROMOSI DAN PENJUALAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN HASIL PERTANIAN DI WILAYAH KABUPATEN PRINGSEWU

Afifa Septriasih¹, Nur Aminudin²

Jurusan Sistem Informasi STMIK Pringsewu, Lampung

Jl. Wisma Rini No. 09 Pringsewu, Lampung, Indonesia Telp/fax : (0729) 22240

Website : www.stmikpringsewu.ac.id

E-mail: Afiifah_As16@yahoo.co.id

ABSTRAK

Menginjak tahun 2017 saat ini perkembangan teknologi dan informasi yang kita sebut dengan internet berkembang sangat pesat dan begitu luar biasa dalam mengisi kehidupan keseharian kita. Dari begitu cepatnya perkembangan internet sekarang yang sangat luas, begitu banyak manusia memanfaatkan internet sebagai bisnis dalam mengembangkan sebuah usaha sebagai bidang promosi dan alat perdagangan dalam melakukan transaksi jual beli didunia maya. Salah satu cara cepat atau trobosan dari internet adalah e-commerce atau yang disebut dengan toko online. Pada kegiatan ini digunakan media berupa elektronik seperti Hp android, komputer dan gadget lainnya melalui jaringan internet. Dengan dibangunnya e-commerce maka dalam berpromosi maupun berjualan akan sangat mudah, canggih, modern yang bertujuan untuk mengembangkan suatu usaha. Guna untuk meningkatkan hasil pertanian di wilayah kabupaten pringsewu khususnya. Dengan e-commerce ini konsumen yang jauh pun dapat mengakses dan melihat produknya melalui internet. Dari penelitian ini didapatlah sebuah permasalahan yang ada di wilayah pringsewu yang banyak petani belum mengetahui tentang teknologi internet sebagai pemasaran dan penjualan online. Maka didapatlah ide alternatif yaitu e-commerce dalam membangun dan mengembangkan suatu kewirausahaan didunia internet.

Kata kunci : E-commerce, Teknologi Informasi, Implementasi E-commerce

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dalam perkembangan dunia bisnis saat ini *e-commerce* merupakan suatu kebutuhan untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis sebagai bidang promosi maupun penjualan dari hasil produksi. Pada proses penggunaan *e-commerce* kegiatan jual beli maupun pemasaran lebih efisien dimana penggunaan *e-commerce* tersebut akan memperlihatkan adanya kemudahan dalam berpromosi, bertransaksi, pengurangan biaya dan mempercepat proses transaksi. Kualitas transfer data juga menjadi lebih baik daripada menggunakan proses manual, dimana tidak dilakukannya entry ulang yang memungkinkan terjadinya kesalahan dalam entri data (*human error*).

Dalam penelitian ini digunakan rujukan penelitian terdahulu dari Novi Indarsih (2011) dan Suhartini (2011) sebagaimana tercantum dibawah ini :

Penelitian pertama dilakukan oleh Novi Indarsih (2011) dengan judul “Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Secara Online”. Tujuan dilkukan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen untuk melakukan pembelian secara online. Teknik pengambilan semple dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling* metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diantara faktor harga, faktor kenyamanan,

faktor website, faktor pelayanan pelanggan, faktor belanja, faktor resiko, maka faktor kenyamanan yang merupakan faktor yang paling dominan dalam pertimbangan konsumen melakukan pembelian online.

Penelitian kedua dilakukan oleh Suhartini (2011) dengan judul “Analisis Fako-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online.”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan teknologi internet, kepercayaan konsumen, kualitas website dan kualitas prokduk terhadap motif belanja secara online. Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan adalah analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan keapat variabel independen, variabel pengetahuan teknologi internet (X1), kepercayaan terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen motif belanja secara online. [1]

Pada penelitian terdahulu Novi Indarsih melakukan penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Dipertimbangka Konsumen Untuk Melakukan pembelian secara Online”. Metode yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis faktor. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa diantara faktor harga, faktor kenyamanan, faktor website, faktor pelayanan pelanggan faktor belanja, faktor resiko, maka yang paling dominan adalah faktor kenyamanan.

Penelitian yang dilakukan Suhartini dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang”. Metode yang digunakan adalah regresi. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel independen, variabel pengetahuan, teknologi internet (X1), kepercayaan terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen motif belanja secara online.

Dalam penelitian kedepan yang akan saya bahas dengan judul “Implementasi E-Commerce Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Online Untuk Meningkatkan Hasil Pertanian Di Kabupaten Pringsewu.

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi, maka akan diciptakanlah sebuah implementasi e-commerce sebagai bidang promosi dan untuk meningkatkan serta mengembangkan penjualan online dari hasil pertanian di wilayah kabupaten pringsewu melalui internet. Sehingga dapat berkembang pesat bukan hanya di pringsewu saja, namun berbagai kota bahkan negara dapat melihat hasil produk dari pertanian tersebut.

Dalam dunia bisnis, *website* dalam bentuk *e-commerce* sudah merupakan kebutuhan dari suatu bisnis yang telah maju saat ini untuk pengembangan usaha. Maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah dengan membuat atau membangun aplikasi e-commerce untuk memudahkan dan mempraktikkan bagi pengusaha itu sendiri maupun konsumen.

Terdapat berbagai manfaat yang dimiliki oleh e-commerce. Diantaranya adalah para konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan bagi perusahaan dapat melaksanakan kegiatan transaksi selama 24 jam. Kedua, dari segi keuangan konsumen dapat menghemat biaya yang dikeluarkan dan bagi pengusaha dapat menghemat biaya promosi, apabila lokasi toko jauh, konsumen dapat menghemat ongkos perjalanan dengan diganti biaya pengiriman yang jauh lebih murah dan bagi pengusaha dapat memasarkan produknya ke wilayah pringsewu bahkan yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi dapat dirumuskan permasalahannya yaitu:

1. Bagaima cara meningkatkan hasil pertanian di kabupaten pringsewu?
2. Apa saja software yang dibutuhkan jika kita menggunakan e-commerce?
3. Mengapa e-commerce sangat dibutuhkan pada kalangan masyarakat?

1.3 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini nantinya yaitu:

1. Konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli.
2. Perusahaan dapat melaksanakan kegiatan transaksi selama 24 jam.
3. Dari segi keuangan konsumen dapat menghemat biaya yang dikeluarkan dan bagi pengusaha dapat menghemat biaya promosi.
4. Apabila lokasi toko jauh, konsumen dapat menghemat ongkos perjalanan.
5. Bagi pengusaha dapat memasarkan tokonya ke wilayah yang lebih.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis program periklanan (promosi), pemasaran melalui *e-mail*, serta tingkat kepercayaan secara signifikan mempengaruhi pemrosesan informasi periklanan oleh konsumen di Website.
2. Untuk menganalisis pemasaran melalui *e-mail*, pemrosesan informasi, serta tingkat kepercayaan konsumen yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Website.
3. Untuk menganalisis variable kepercayaan konsumen dan pemasaran melalui *e-mail* secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen baik secara langsung maupun melalui tahap pemrosesan informasi periklanan oleh pengguna internet di website.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Electronic Commerce (E-commerce)

1. Devinisi E-Commerce

Nugroho (2006:1) mengatakan, “Elektronik Commerce (e-commerce) merupakan konsep baru yang biasa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada World Wide Web Internet atau prose jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. E-commerce merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan secara elektronik melalui jalur komunikasi digital.”.

Dian (2003:1) mengatakan, “E-Commerce merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara online yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang dapat menyediakan layanan informasi dan pesan.”. Devinisi dari E-commerce sangatlah beragam, yang pada intinya adalah bahwa e-commerce merupakan sarana jual beli yang saling bertukar informasi berupa pembelian jasa atau produk dari kedua belah pihak dan proses transaksi yang dilakukan melalui

komputer satu ke komputer lain yang saling berkaitan melalui internet dalam sebuah website.

2. Tujuan E-commerce

Tujuan dari suatu perusahaan menggunakan sistem e-commerce yaitu:

1. Agar lebih efektif dan efisien dalam melakukan jual beli atau transaksi dalam meningkatkan keuntungannya.

3. Manfaat E-commerce

Manfaat menggunakan E-commerce dalam suatu perusahaan yaitu:

1. Dapat meningkatkan market pasar (pangsa pasar).
2. Menurunkan biaya operasional (operating cos).
3. Melebarkan jangkauan (global reach)
4. Meningkatkan customer loyalty.
5. Meningkatkan suplay manajemen.
6. Memperpendek waktu produksi.

4. Jenis-Jenis E-commerce

Berdasarkan karakteristiknya, E-Commerce dibagi menjadi 2 yaitu :

1. Bussines two Bussines (B2B).
Karakteristiknya :
 - a. Trading partners yang sudah saling mengetahui dan antara mereka sudah terjalin hubungan yang berlangsung cukup lama.
 - b. Pertukaran data dilakukan secara berulang-ulang dan berkala dengan format data yang telah disepakati bersama.
 - c. Salah satu pelaku tidak harus menunggu rekan mereka lainnya untuk mengirimkan data.
 - d. Model yang umum digunakan adalah peer to peer, dimana processing intelligence dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.
2. Bussines two Constemer (B2C).
Karakteristiknya :
 - a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan secara umum pula.
 - b. Service yang digunakan oleh banyak orang.
 - c. Sering dilakukan sistem pendekatan clien-server.

5. Dampak Positif E-commerce

Adapun dampak positif dari E-commerce yaitu :

1. Aliran pendapatan (revenue stream) baru yang mungkin lebih jauh dan lebih menjanjikan yang tidak akan kita temui dipasar tradisional.
2. Mampu meningkatkan market exposure.

3. Mampu mengurangi biaya operasional.
4. Mampu meningkatkan customer loyalty.
5. Mampu meningkatkan supplier manajemen.
6. Dapat mempersingkat waktu produksi.
7. Meningkatkan pendapatan dan keuntungan.

6. Dampak negatif E-Commerce

Adapun dampak negatif dari E-Commerce yaitu:

1. Akan kehilangan dari segi finansial secara langsung karena adanya kecurangan.
2. Adanya pencurian informasi yang sangat penting dan berharga.
3. Kehilangan kesempatan bisnis atau kerugian [elanggan karena gangguan pelayanan.
4. Adanya pengaksesan ke sumber yang tidak berhak.
5. Dapat kehilangan kepercayaan dari seorang konsumen jika barang tidak sesuai. [3]

2.2 Website

Raharjo (2000). Mengatakan, “Website adalah salah satu layanan internet yang paling banyak digunakan dibanding dengan layanan lain seperti ftp, gopher, news atau bahkan email.”.

Yuhfizar (1998). mengatakan, “Website adalah suatu metode yang menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan (link) satu dokumen dengan dokumen lainnya (hipertext) yang dapat diakses melalui sebuah browser.”.

2.3 Browser

Frans (2015). mengatakan, “Browser merupakan aplikasi yang digunakan untuk mengoperasikan internet, terutama sebagai media untuk melakukan browsing, surfing, dan melakukan aktivitas di dunia maya lainnya.”.

2.4 Hypertext Preprocessor (PHP)

Arief (2011:43) mengatakan, “PHP merupakan bahasa server-side-scripting yang menyatu dengan HTML untuk membuat halaman web yang dinamis. Karena PHP merupakan server-side-scripting maka sintaks dan perintah-perintah PHP akan dieksekusi diserver kemudian hasilnya akan dikirimkan ke browser dengan format HTML.

3.1. Metode Pengumpulan Data

Studi Lapangan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Observasi
Nazir menyatakan dalam bukunya berjudul Metode Penelitian yaitu, “Observasi adalah pengambilan data dengan terjun langsung ke lapangan dalam suatu kegiatan atau pekerjaan yang dihadapi dengan melakukan pengamatan sehingga memperoleh kebenaran data. Dalam observasi

penelitian ini dilakukan terjun langsung kelapangan. Mencari informasi kepada masyarakat desa dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi yang akurat.

2. Interview (Wawancara)

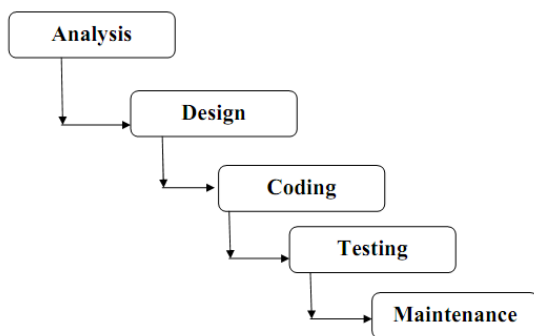
Berdasarkan interview yang dilakukan dengan Profil Desa dan Masyarakat pringsewu yang dilakukan pada tanggal 21 Januari 2017, maka dapat disimpulkan bahwa di wilayah pringsewu dalam melakukan promosi dan penjualan dibidang pertanian selama ini belum adanya media yang mendukung seperti website dalam promosi selama ini masih menggunakan media konvensional sehingga masih kurang maksimal.

3. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini dilakukan studi pustaka untuk mendapatkan informasi dengan mencari data, buku buku serta dokumen yang berhubungan dengan penulisan laporan kerja praktek.

3.2. Metode Pengembangan sistem

Banyak sekali metode yang digunakan oleh para pembikin web dalam membangun sebuah aplikasi website, darimulai metode yang benar hingga kepada metode atau cara yang salah, semua tergantung dari pada pembikin web tersebut, mana saja yang di anggap nyaman itulah yang dipake salah satunya adalah memakai metode Metode Waterfall yang akan dijelaskan sebagai berikut.



3.2.1 Perencanaan

Dalam membuat suatu sistem yang dapat memenuhi kebutuhan dalam bidang penjualan toko berbasis web atau istilahnya *E-Commerce* biasanya akan melakukan perencanaan dan analisis terlebih dahulu sebelum mengerjakan, seperti perancangan sistem dan analisis, database dan tabel apa saja yang akan diambil, bagaimana flowchart atau alur sistemnya, membuat peta situs, mengumpulkan bahan dan sebagainya. Proses ini bisa dianggap sebagai titik utama dari proses pengerjaan web. Biasanya setahu penulis, pekerjaan pada posisi ini biasanya dinamakan "*System Architecture* atau *System Analyst*" karena dialah yang disebut sebagai Arsiteknya Sistem

3.2.2 Desain Sistem (Designing)

Begitu rancangan yang telah rampung tersebut terbentuk maka akan dilanjutkan dengan perancangan desain seperti warna, konsep web, font huruf, filosofi dan sebagainya yang dirasa sesuai dengan *E-Commerce* tersebut. posisi ini dimakan "Web Designer" karena tugasnya adalah melukis web hingga menjadi satu template web yang hebat. biasanya web disigner dituntut untuk mahir dalam penggunaan software olah digital semisal Adobe Photoshop, serta juga CSS(Cascading Style Sheet). Begitu rancangan desain selesai, maka tahap selanjutnya akan diberikan kepada programmer.

3.2.3 Pemrograman Sistem dan Penulisan Kode (coding)

Pemrograman merupakan proses Peneraan hasil rancangan ke dalam bahasa pemrograman perangkat lunak tersebut dimana perangkat lunak tersebut menggunakan bahasa pemrograman PHP dan HTML beserta tambahan pemrograman website lainnya. Tahap ini merupakan tahap proses yang paling lama memakan waktu dan yang paling sulit. karena tahap ini berisi coding-coding yang harus di kerjakan oleh pembikin program. Semua tidak akan berjalan tanpa ada tahap coding. Tahap coding biasa disebut dengan istilah Programmer. Perlu diketahui coding itu dibagi menjadi dua jenis, yaitu bersifat Client Side Scripting dan juga Server Slide Scripting. Bedanya, pada Client Side Scripting, skrip dapat berjalan pada sisi client atau yang lebih dikenal dengan istilah browser, seperti Javascript, HTML, CSS dan yang lainnya. Sedangkan server Slide Scripting, skrip hanya dapat berjalan pada sisi server, seperti PHP, ASP, Pearl, JSP dan sebagainya.

3.2.4 Pengujian Sistem (Testing)

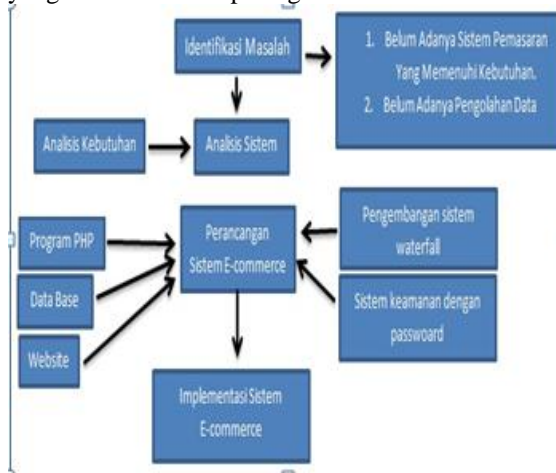
Setelah program rampung, kita harus menguji dulu atau dicoba dulu. Mengapa sebuah sistem harus melalui tahap pengujian tentu tak lain adalah untuk memastikan bahwa program yang telah dibuat sesuai dengan apa yang telah dirancang serta memastikan agar tidak terjadi error. Apa jadinya jika sebuah sistem tidak melewati tahap pengujian dan kita langsung menyerahkannya pada client atau pelanggan begitu saja, dan pada saat pelanggan mencoba sistem tersebut dan hasilnya bug error. Pastinya kita akan malu dan tidak dipercaya lagi dalam membikin suatu aplikasi. Oleh sebab itu, sebuah sistem harus melewati tahap pengujian untuk menghindari adanya eror. Bagaimana jika program yang di uji ternyata megalami suatu error, kita lihat terlebih dahulu errornya berada disebalah mana. Jika error pada bagian sistem, maka program akan dikembalikan pada tahap sebelumnya, yaitu coding.

3.2.5 Pemeliharaan Web (Maintenance)

Implementasi sistem adalah proses dimana sebuah software telah diserahkan kepada pelanggan dalam hal ini adalah untuk menghasilkan sebuah software yang berkualitas tentunya harus dilakukan pemeliharaan atas software tersebut. Web program telah berjalan dan digunakan oleh pihak pertanian yang memegang software ini, namun tiba-tiba pada suatu hari sistem mengalami kerusakan. Maka web sistem tersebut akan ditangani oleh si developer atau programmer. Namun jika suatu hari pihak perusahaan ingin menambah fitur ataupun fungsi lain, maka proses tersebut akan dilakukan kembali sesuai dengan urutan metode waterfall.[4]

3.3. Kerangka Fikir

Setiap sistem pasti memiliki kerangka pemikiran model dalam pengambilan keputusan dalam strategi promosi penjualan suatu produk yang akan diuraikan pada gambar berikut.



4. PERANCANGAN SISTEM DAN PERANCANGAN IMPLEMENTASI SISTEM

4.1. Perancangan Sistem

Desain yang telah dibuat diatas menjadi acuan untuk membangun dan mengembangkan e-commerce di wilayah kabupaten pringsewu, menggunakan PHP Mysql. Tampilan antarmuka yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu berupa website yang didalamnya terdapat Beranda dan Login Admin, dimana halaman ini berfungsi untuk menampilkan informasi tentang informasi hasil pertanian yang berada di wilayah pringsewu berupa Padi jawa, padi ketan putih, ketan hitam dan padi beras merah.

Perancangan aplikasi ini dibuat untuk memudahkan pembeli atau customer pada khususnya dan pelanggan serta masyarakat pada umumnya dapat melihat informasi pertanian di wilayah pingsewu dengan jelas dan mudah. Dan tujuan dari tahapan perancangan sistem ini yaitu untuk memenuhi kebutuhan pemakaian sistem mengenai gambaran tentang rancangan sistem yang

dibuat dan yang akan diimplementasikan. Kegiatan yang pertama dari perancangan ini yaitu dengan menampilkan desain yang sesuai dengan database website.

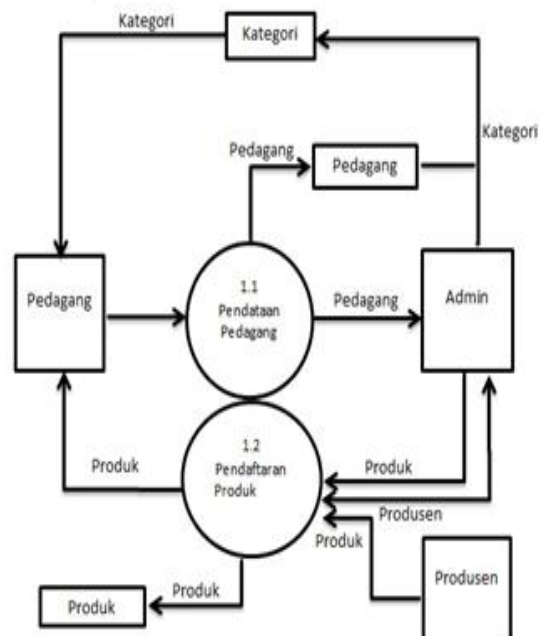
4.1.1 Desain Diagram Konteks

Fadlil (2008). Mengatakan, “Bahwa diagram konteks merupakan diagram yang menggambarkan kondisi sistem yang ada baik input maupun output serta menyertakan terminator yang terlibat dalam penggunaan sistem.

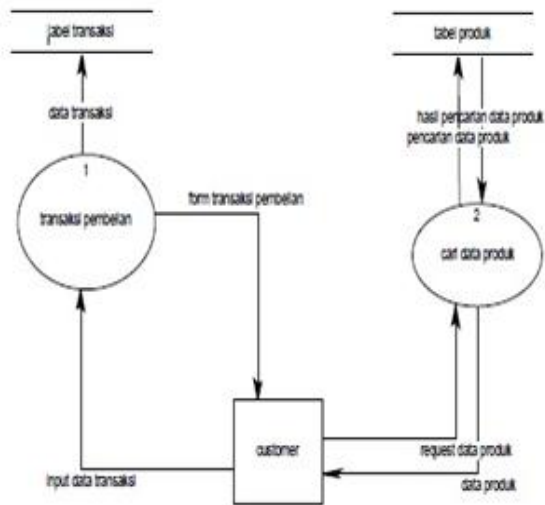


Gambar. Diagram Konteks

4.1.2 Diagram DFD Level 1



4.1.3 Diagram Level 2 Proses Transaksi

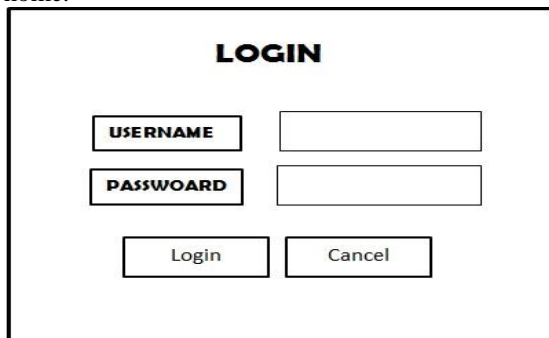


4.1.4 ERD (Entity Relationship Diagram)



4.2.1 Perancangan Halaman Login

Bagian ini merupakan bagian lembar halaman awal dan lembar login dimana admin harus memasukkan username dan password terlebih dahulu dengan benar, maka admin akan dapat masuk ke halaman selanjutnya yaitu halaman home.



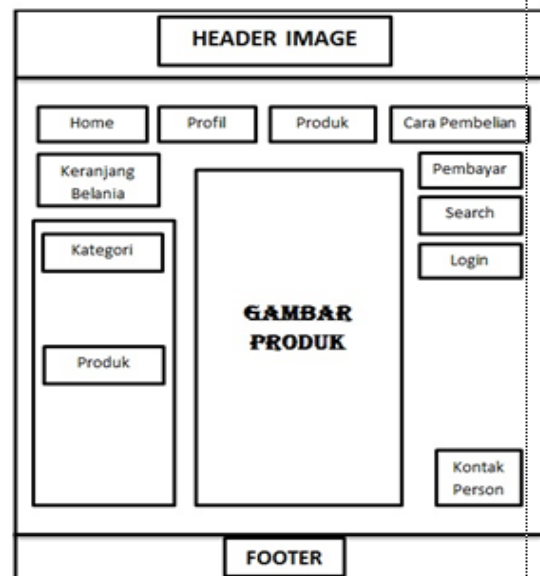
4.1.4 Flowchart Customer



4.2 Perancangan Desain Halaman Website

Setelah melalui proses perancangan analisis sistem, proses selanjutnya yaitu tahapan dalam pembuatan website e-commerce sebagai bidang promosi dan untuk meningkatkan hasil penjualan dalam mengatasi dan meningkatkan perekonomian masyarakat pringsewu

4.2.2 Perancangan Halaman Website



Gambar. 4.2.2 Halaman Website

4.2.3 Implementasi

Pada bagian ini merupakan bagian lembar halaman dari hasil implementasi. Dimana admin dapat melihat produk, cara membeli dan memesan produk.



5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi, penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Dengan adanya komputerisasi, maka data berupa penjualan, pencatatan, permintaan barang, pembelian, serta pemasaran produk dapat tersimpan secara langsung di database.
2. Dengan adanya sistem e-commerce ini, diharapkan konsumen dan produsen dapat lebih mudah dalam melakukan proses jual beli dan transaksi.
3. Pembuatan laporan dapat dilakukan dengan cepat dengan kriteria pembuatan yang telah disediakan.

5.2. Saran

Untuk mempermudah dalam berpromosi dan melakukan penjualan, maka penulis akan memberikan beberapa saran, di antaranya yaitu :

1. Masyarakat khususnya pringsewu perlu mengadakan pelatihan khusus dalam masalah internet kepada para pebisnis khususnya, mulai dari kalangan kecil, menengah maupun kalangan atas.
2. Keamanan sistem ini harus sangat diperhatikan agar tetap aman, maka perlu menggunakan password dan pergantian sandi secara berkala agar sistem tidak mudah dirusak oleh pihak yang tidak bertanggungjawab.

DARTAR PUSTAKA

Fadlil.(2008). <http://kapanpunbisa.blogspot.com>
Pengertian Diagram Konteks

Frans. Kuswayanto.(2015).
<http://melyulandari.wordpress.com> Penger
titan Browser Menurut Para Ahli

Furi Ratna Sari. (2013). Pengaruh Perilaku
Konsumen Terhadap Konsumen Berbasis
E-commerce. Semarang, Studi pada
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.

Muhammad Amir Udin.(2014). Perancangan dan
Implementasi E-commerce untuk
Meningkatkan Penjualan Produk Herbal
pada Toko La Roeba. Semarang, Jurnal
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dian
Nuswantoro.

Nugroho. (2006:1). Dian. (2003:1).
<http://Elib.unikom.ac.id> Pengertian E-
Commerce Menurut Para Ahli

Raharjo. (2000). Yuhefizar. (1998).
<http://Tipsserbaserbi.blogspot.com> Penger
titan Website Menurut Para Ahli

www.academia.edu. Teori Dasar-dasar E-
commerce.