

PENGEMBANGAN APLIKASI *BUSINESS TO BUSINESS* PADA KERAJINAN KAIN PERCA BANYUMAS PRINGSEWU

Kanti Lestari¹, Kasmi², Derga Putra Megantara³

^{1,2}Prodi Manajemen Informatika, STMIK Pringsewu, Lampung

³Prodi Sistem Informasi, STMIK Pringsewu, Lampung

^{1,2,3}Jl. Wismarini No. 09 Pringsewu, Lampung, Indonesia

E-mail: kantilestari@gmail.com, kasmise@gmail.com, dergal2patra@gmail.com

Abstract

Electronic commerce is business activities with the aim of taking advantage, such as sellers, purchases, services, information, and trade through intermediaries, namely through computer networks, especially the internet. The products of Micro, Small and Medium Enterprises in Pringsewu Regency are experiencing development but have various weaknesses including market orientation, quality of human resources, mastery of technology, market access, and capital. To improve performance and speed up and facilitate data processing and information processing for Micro, Small and Medium Enterprises, it is necessary to create an information system for the sale of Micro, Small and Medium Business Products based on the BtoB Application and Website which can simplify the transaction and promotion process as well as ordering stock items by utilizing Website facilities. The design model used by the author in building this application is to use the Rational Unified Process (RUP) design model. With this application, it can support the transaction process and promotion of Micro, Small and Medium Enterprises Products in Pringsewu Regency to be more effective and efficient.

Keywords: *Application, B to B, Marketing, Patchwork Crafts*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi masa kini sangat pesat dan terus menerus, melalui pemanfaatan teknologi informasi ini, salah satunya adalah internet yang menjadi sarana komunikasi murah, terjangkau dan mudah. Usaha Kecil Menengah (UKM) Kabupaten Pringsewu memanfaatkan internet sebagai fasilitas informasi antar daerah sampai pusat dalam proses mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM) yang ada di Kabupaten Pringsewu untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, pelayanan yang cepat, dan mudah untuk tetap dapat unggul dan bertahan dipasar. Salah satu trend dari internet dalam bisnis adalah E-commerce (Utami, 2015) (Garaika, Sri Ipnuwati, 2020; Muhammad Junaidi, Fiqih Satria, 2020; Mukodimah, 2020).

Total nilai pasar e-commerce Indonesia pertengahan tahun 2013-Januari 2014 diprediksi oleh Vela Asia dan Google akan mencapai USD 8 miliar dan diprediksi akan terus meningkat hingga mencapai angka USD 24 miliar. Visa memperkirakan online shopping di Indonesia akan tumbuh 40% tahun ini dan 53% tahun depan, dari 23% tahun lalu. Mengingat pertumbuhan e-commerce yang pesat tersebut, aturan terkait e-commerce telah banyak diatur dalam Undang-Undang (UU) Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan. “Pengaturan e-Commerce merupakan amanah UU Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan,” kata Direktur Bina Usaha Kementerian Perdagangan, Ir. Fetnayeti, MM, dalam Seminar Perpajakan “Pemenuhan Kewajiban Perpajakan Bagi Pelaku e-Commerce Di Indonesia” yang diadakan oleh Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak di Jakarta, 27 Agustus 2014.

E-commerce adalah *dynamic set of technologie, application, and bussinnes processor that link enterprises, consumers and communities through electronic exchange of goods, service, and informations*. Diterjemahkan oleh W. Purbo, ecommerce merupakan satu set dinamis teknologi aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan

komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik (Wiji Susanti & Noca Yolanda Sari, 2015).

E-commerce Merupakan basis dari m-commerce yang terdiri dari *Business to Business* (B2B). B2B merupakan aplikasi e-commerce antara bisnis, sedangkan B2C merupakan aplikasi e-commerce antara bisnis atau perusahaan dengan konsumen (Turban, Sharda, & Delen, 2007).

Tumbuh kembang kerajinan sebagai warisan suatu daerah yang turun menurun tergantung pada beberapa faktor diantaranya perkembangan teknologi, minat masyarakat terhadap barang kerajinan, menjaga mutu dan kreativitas dalam produk kerajinan. Menghadapi ASEAN *Economic Community* pada tahun 2015 pelaku seni dan kerajinan UKM Kain Perca Banyumas Kabupaten Pringsewu sudah saatnya memikirkan bagaimana cara memasarkan produk, meningkatkan kreativitas/inovasi para usaha kecil dan menengah (UKM), rendahnya kualitas SDM, minimnya permodalan.

Oleh sebab itu untuk membantu para usaha kecil dan menengah yang tergabung dalam Kerajinan Kain Perca pada Banyumas Kabupaten Pringsewu berupaya memberikan wawasan, informasi, serta masukan bagi para wirausahawan, mengembangkan dan melestarikan warisan budaya bangsa, menanamkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya seni kerajinan bagi kehidupan sehari-hari masyarakat Kabupaten Pringsewu, mendorong semangat para wirausahawan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta memperluas pemasaran hasil kerajinan.

II. LANDASAN TEORI

Definisi E-Commerce

(Rita Irviani, Kasmi, Evi Setyorini, 2018) *E-Commerce* Menurut Laudon (1998) *E-Commerce* adalah suatu proses menjual dan membeli produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan lain dengan computer dan internet sebagai prantara transaksi bisnis

Jenis-jenis E-Commerce

E-Commerce dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang memiliki karakteristik berbeda-beda. (Suyanto, 2003) (Leonard & Jones, 2010; Pradana, 2015) jenis-jenis *E-commerce* yang lazim dilakukan berdasarkan sifat transaksinya yaitu:

- a. *Business to Business* (B2B) kebanyakan *E-commerce* yang diterapkan saat ini merupakan tipe B2B. *E-commerce* tipe ini meliputi transaksi IOS serta transaksi antar organisasi yang dilakukan di *electronic market*.
- b. *Business to Consumer* (B2C) merupakan transaksi eceran dengan pembeli perorangan.
- c. *Consumer to Consumer* (C2C) dalam kategori ini, seorang konsumen menjual secara langsung ke konsumen lainnya.
- d. *Consumer to Business* (C2B) termasuk kategori ini adalah perseorangan yang menjual produk atau layanan ke organisasi, dan perseorangan yang mencari penjual, berinteraksi dengan mereka dan menyepakati suatu transaksi.
- e. *Nonbusiness E-commerce* dewasa ini makin banyak lembaga non-bisnis seperti lembaga akademis, organisasi keagamaan, organisasi social, dan lembaga- lembaga pemerintahan yang menggunakan berbagai tipe *E-commerce* untuk mengurangi biaya atau untuk meningkatkan operasi dan layanan publik
- f. *Intrabusiness (Organizational) E-commerce* dalam kategori ini adalah semua aktivitas internal organisasi, biasanya dijalankan di internet, yang melibatkan pertukaran barang dan jasa.

Komponen E-Commerce

(Janner Simarmata, 2006) (Erpiyana, Margahana, & Junaidi, 2018; Fergiawan Listianto, Fauzi, Rita Irviani, 2017; Kasmi, 2017; Maselena, 2020) *E-commerce* memiliki beberapa

komponen standar yang di miliki dan tidak di miliki transaksi bisnis yang di lakukan secara offline antara lain yaitu:

- a. Produk
Banyaknya jenis produk yang bisa di jual melalui internet seperti computer, buku, music, pakaian, mainan dan lain-lain.
- b. Tempat menjual produk (*a place to sell*)
Tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
- c. Cara mengirim pesan Cara mengirim pesan adalah email, telpon, sms dan lain-lain.
- d. Cara pembayaran Metode cara pembayaran adalah Cash, cek, bank draft, kartu kredit internet payment.
- e. Metode pengiriman Pengiriman bisa di lakukan dengan paket, salesman atau di dowlod jika produk yang di jual memungkinkan.
- f. Costumer servis Costumer servis bisa di lakukan dengan E mail, formulir on-line, FAQ, telpon, chatting dan lain-lain.

Kelebihan E-Commerce

Ada tiga aspek kelebihannya, yaitu:

- a. Kelebihan bagi organisasi
 - a. Dapat memperluas pasar hingga pada taraf global/International
 - b. Mengurangi biaya pembuatan , pendistribusian, pengambilan dan pengelolaan
 - c. Meningkatkan Brand perusahaan
 - d. Dapat menyediakan pelayanan kepada pelanggan yang lebih baik
 - e. Mempercepat dan efesiensi proses bisnis
2. Kelebihan bagi pelanggan
 - a. Dapat memberikan layanan tanpa ada batasan waktu 1 x 24 jam
 - b. Mampu memberikan pilihan serta kecepatan dalam pengiriman
 - c. Dengan banyaknya pilihan pelanggan dapat membandingkan harga satu dengan lainnya
 - d. Dapat melakukan review komentar terkait produk
 - e. Dapat memberikan informasi lebih cepat
3. Kelebihan bagi masyarakat
 - a. Tidak perlunya perjalanan dalam kegiatan jual beli
 - b. Dapat mengurangi biaya produk, sehingga harga seharusnya dapat lebih terjangkau
 - c. Dapat membantu pemerintah dalam pemberian pelayanan public

B2B (Business to Business)

B2B adalah kegiatan E-businesses yang dilakukan oleh orang atau pihak yang saling memiliki kepentingan bisnis, atau bisa juga disebut bisnis antar perusahaan.[15]

Kerajinan Kain Perca

Menurut Raharjo (Syarifuddin & Murwandani, 2015) kerajinan adalah suatu hal yang bernilai sebagai kreativitas alternatif, suatu barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan. Pada umumnya, kerajinan dikaitkan dengan unsur seni yang kemudian disebut dengan seni kerajinan. Menurut Yayat (Ningsih, 2013), Kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan (kerajinan tangan). Kerajinan yang dibuat biasanya terbuat dari berbagai bahan, dari kerajinan ini dapat menghasilkan hiasan atau benda hias maupun barang pakai yang berguna dalam kehidupan sehari-hari. Kerajinan tangan bias terbuat dari barang-barang bekas, seperti: botol bekas, kain perca, kardus bekas, kaleng bekas, kertas bekas, plastik dan lain-lain(Hidayah Wati, Danang Kusnadi, Noca Yolanda Sari, 2016).

Berdasarkan pendapat ahli, dapat disimpulkan bahwa kerajinan merupakan keterampilan yang dimiliki manusia dalam membuat suatu barang, baik barang utuh maupun barang bekas menjadi memiliki kualifikasi, fungsional dan estetika sehingga dapat meningkatkan nilai jual barang tersebut. Menurut peneliti kain perca merupakan kain sisa dari produsen kain atau industri garmen. Kain sisa ini ukurannya bervariasi, lebarnya berukuran sekitar 5 - 40 cm, sedangkan panjangnya sekitar 3 – 5 m. Kerajinan kain perca merupakan keterampilan manusia dalam mengkolaborasikan atau mengkombinasikan beberapa potongan kain perca menjadi suatu barang yang memiliki nilai guna dan keindahan. Jadi, Pengrajin kain perca merupakan seseorang yang memiliki keahlian atau keterampilan dalam mengkombinasikan potongan-potongan kain perca yang berbeda ukuran menjadi satu barang yang berguna dan indah dilihat. Di Pekon Sukamulya terdapat pengrajin kain perca baik sebagai pemilik usaha kerajinan kain perca maupun sebagai tenaga kerja.

III. METODE PENELITIAN

Pengumpulan data

Pada pengumpulan data ada beberapa hal yang harus dilakukan yaitu:

- a. **Observasi** dalam metode observasi disini yaitu peneliti mencoba melakukan pendekatan dan mengamati langsung obyek yang berada pada rumah Kerajinan Kain Perca Banyumas Kabupaten Pringsewu guna mendapatkan data primer untuk diteliti.
- b. **Interview** Peneliti berupaya melakukan interview atau wawancara kepada pihak yang berkaitan di rumah Kerajinan Kain Perca Banyumas Kabupaten Pringsewu Pringsewu secara langsung (face to face) sebagai bahan acuan untuk mendapatkan informasi aktual dan terpercaya.
- c. **Pustaka** Penelitian untuk mendapatkan informasi yang ada dengan melakukan pencatatan yang terdapat dalam literatur atau buku-buku ilmiah atau melakukan browsing di internet dan melakukan pengamatan terhadap jurnal-jurnal sebelumnya yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas.

Metode Pengembangan Sistem

RUP (Rational Unified Process) adalah Pendekatan pengembangan perangkat lunak yang dilakukan berulang-ulang (iterative), fokus pada arsitektur (architecture-centric), lebih diarahkan berdasarkan penggunaan kasus (use case driven) (Rosa A.S, 2011, h.105). Adapun 4 tahapan kerja dari RUP sebagai berikut:[10]

1. Fase Inception (Permulaan) Tahap ini lebih pada memodelkan proses bisnis yang dibutuhkan (Business modeling) dan mendefinisikan kebutuhan sistem yang akan dibuat (requirements).
2. Fase Elaboration (Perluasan /Perencanaan) Tahap juga dapat mendeteksi apakah arsitektur sistem yang diinginkan dapat dibuat atau tidak. Mendeteksi resiko yang mungkin terjadi dari arsitektur yang dibuat. Tahap ini lebih pada analisis dan desain sistem serta implementasi sistem yang fokus pada purwarupa sistem (prototype).
3. Fase Construction (Konstruksi) Tahap ini difokuskan pada pengembangan komponen dan fitur-fitur sistem. Tahap ini lebih pada implementasi dan pengujian sistem yang fokus pada implementasi perangkat lunak pada kode program.
4. Fase Transition (Transisi) Tahap ini lebih kepada deployment atau instalasi sistem agar dapat dimengerti oleh user. Aktifitas pada tahap ini termasuk pada pelatihan user, pemeliharaan dan pengujian sistem apakah sudah memenuhi harapan user. Dalam tahapan ini, juga dilakukan Debugging dan penyesuaianpenyesuaian akhir.

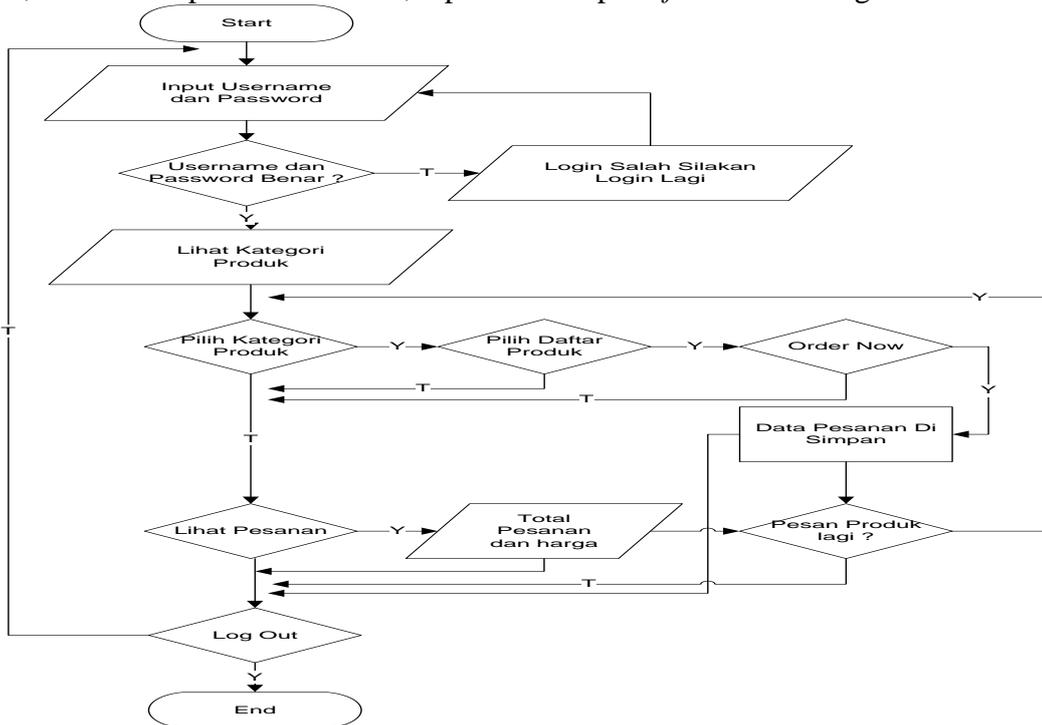
IV. PEMBAHASAN

Perancangan sistem

Setelah menganalisa dan pengumpulan data peneliti bermaksud menggambarkan alur system antara lain terdiri dari 3 diagram, yaitu *Flowchat*, *Context diagram*, dan *Data flow diagram* .:

DAD Sistem Berjalan

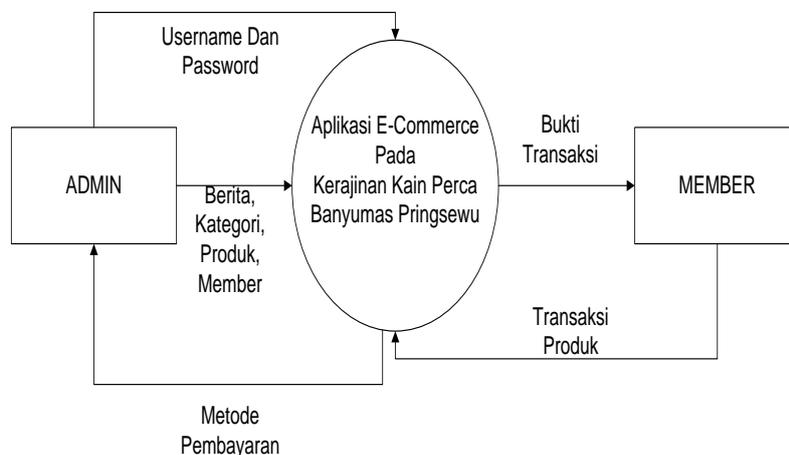
Diagram alir atau *flowchart* merupakan alur dari sistem informasi toko buku online yang dibuat bertujuan untuk mempercepat pemberian informasi dan pemesanan Produk. Pertama-tama member memasukkan user dan password untuk login, kemudian memilih kategori Produk, setelah itu, melakukan pemesanan buku, diperlihatkan pada *flowchart* sebagai berikut:



Gambar 1. DAD

Diagram konteks (*context diagram*)

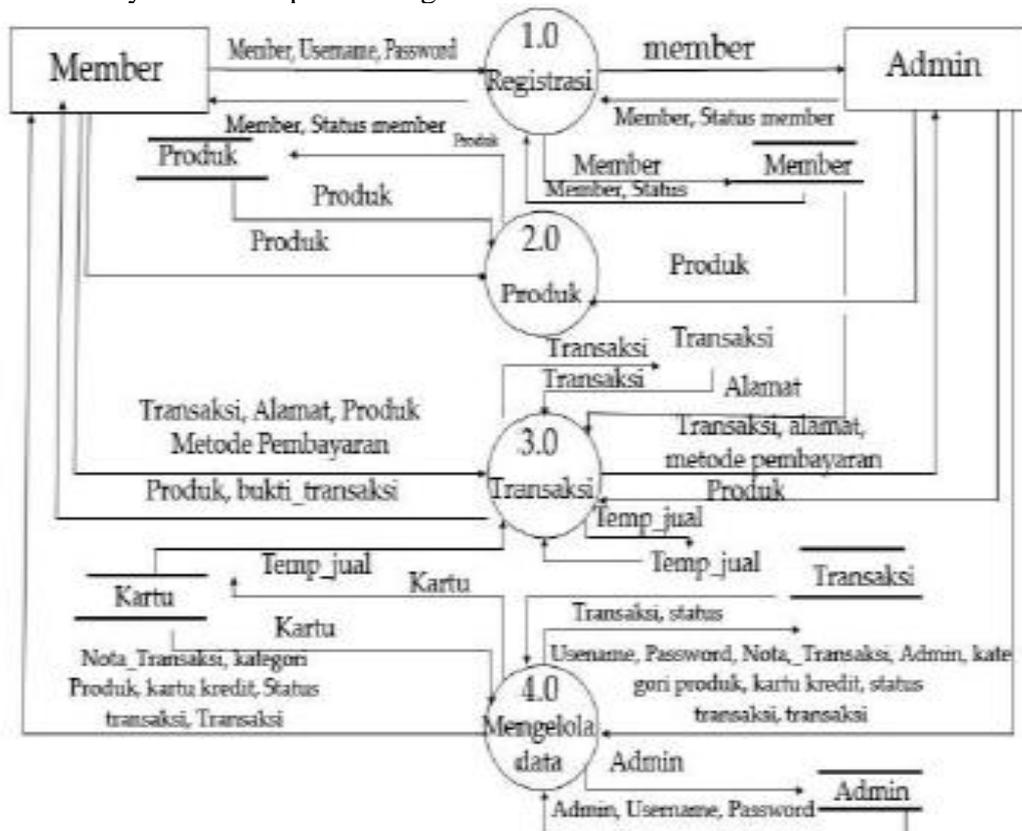
Diagram konteks adalah diagram yang menggambarkan ruang lingkup suatu system. diagram ini merupakan level tertinggi dari diagram lainnya berikut adalah gambaran sistem yang berjalan.



Gambar 2. Diagram konteks

DFD (data flow diagram)

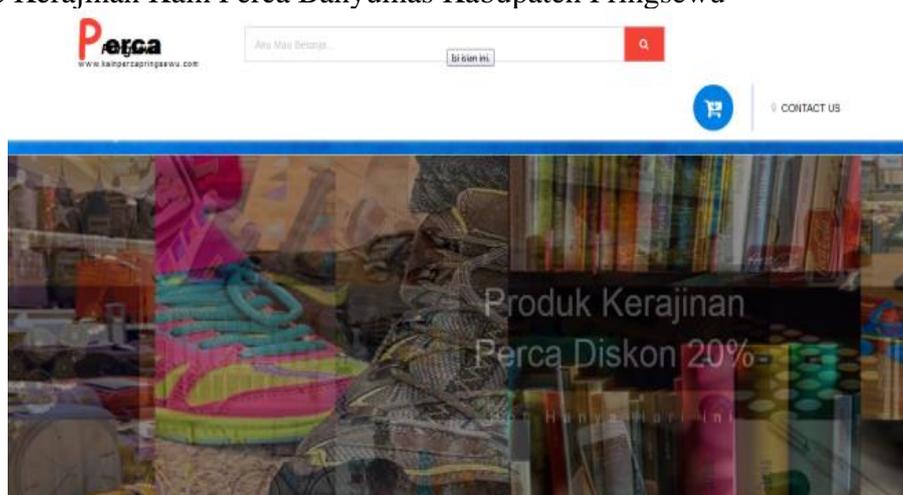
DFD adalah suatu diagram yang menggambarkan suatu objek-objek system pada Kerajinan Kain Perca Banyumas Kabupaten Pringsewu



Gambar 3. DFD

Implementasi Sistem

Implementasi adalah suatu tindakan atau pelaksanaan dari sebuah rencana yang sudah disusun secara matang dan terperinci. Implementasi ini dilakukan guna penerepan pada sistem ecommerce Kerajinan Kain Perca Banyumas Kabupaten Pringsewu

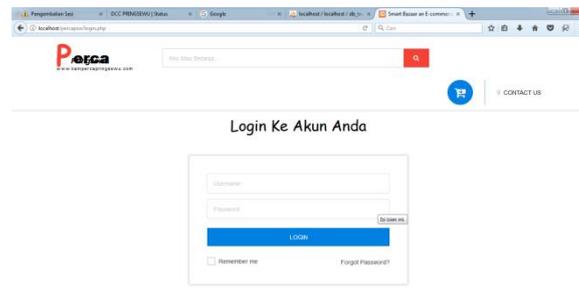


Gambar 4. Rancangan Web

Menu login

Menu login adalah menu untuk masuk ke sistem *E-Commerce* pada Kerajinan Kain Perca Banyumas Kabupaten Pringsewu. untuk username dan password di peroleh setelah konsumen

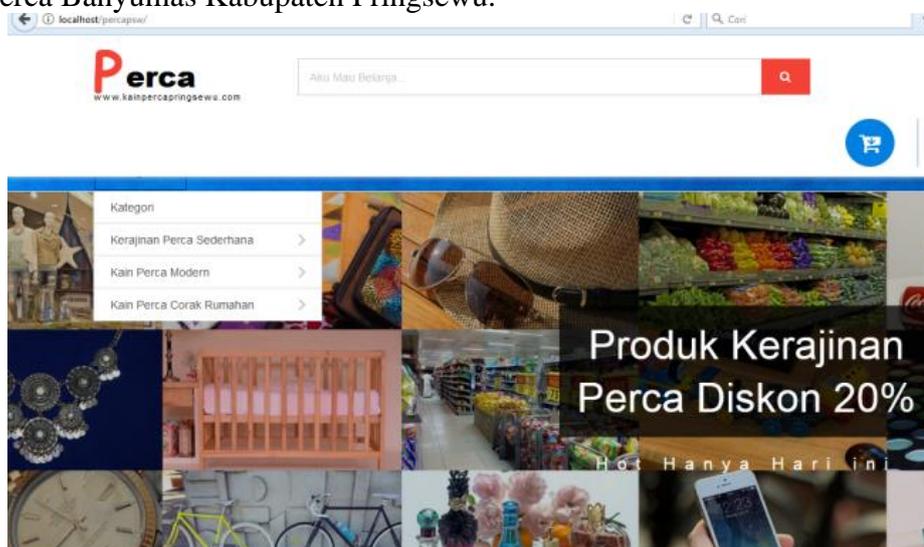
mendaftarkan dan di setujui oleh admin. berikut adalah menu login aplikasi Kerajinan Kain Perca Banyumas Kabupaten.



Gambar 5. menu login aplikasi.

Kategori Produk

Kategori produk adalah menu yang berisikan keseluruhan dari produk-produk di Kerajinan Kain Perca Banyumas Kabupaten Pringsewu.



Gambar 6. Kategori produk

Analisa hasil

Berdasarkan penelitian yang di lakukan memudahkan untuk membeli produk dan memberikan keuntungan yang lebih besar pada Kerajinan Kain Perca Banyumas Pringsewu. serta proses pemasaran pun lebih luas tanpa batasan waktu.

V. KESIMPULAN

Untuk memasarkan produk website sistem ecommerce adalah satu cara untuk membantu mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian kerajinan hasil pengrajin tanpa ada batas waktu dan bisa dilakukan kapan saja. Upaya untuk meningkatkan kreativitas atau inovasi bagi para pengrajin ialah dengan memberikan semangat dan pengetahuan tentang perkembangan pada unit usaha yang digeluti melalui binaan dan berbagai. Rendahnya SDM dapat berakibat pada hasil produksi kerajinan, oleh sebab itu banyaknya pengangguran dapat kita manfaatkan untuk menatasi lemahnya SDM serta untuk mengurangi tingkat pengangguran.

DAFTAR PUSTAKA

Denni Ardyanto, Heru Susilo, Riyadi. Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Menggunakan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 22 No. 1 Mei 2015.

- Fitri Wiyani, Nugroho Agung Prabowo. Peningkatan Daya Saing Bisnis “Batik Kahuripan” Melalui Sistem Penjualan Berbasis *E-Commerce*. Seminar Riset Unggulan Nasional Informatika Dan Computer FTI UNSA 2013, Vol 2 No. 1- Maret 2013 ISSN: 2302 – 1136 - Serunniid.unsa.ac.id.
- Keputusan Menteri Keuangan No. 316/KMK 016/1994. Tanggal 27 Juni 1994
- Kriteria UKM Menurut UU No. 9 Tahun 1995.
- Rahmad Syah, Muhd. Iqbal, Marischa Elveny. Pembuatan Aplikasi *E-Commerrce* Dalam Menunjang Penjualan Produk Pada Cv. Rizech. Techsi Vol 4. Nomor 12014. Jurnal Penelitian Teknik Informatika
- Ridwan Suhud Dan M. Yudhi Rezaldi. Pengembangan Sistem E-Commerce Paguyuban Usaha Kecil Dan Menengah Karya Mandiri Di Tegal / *E-Commerce System Development Of Society Of Small And Medium Enterprises* Karya Mandiri In Tegal. Widyariset, Volume 17, Nomor 1, April 2014 49-58.
- Surat Keputusan 2 Mentri, Mentri Perindustrian dan Mentri Pendidikan dan Kebudayaan nomor : 85/M/SK/3/1980.
- UU UKM No. 20 Tahun 2008.
- Wiliam Jonathan Dan Sri Lestari. Sistem Informasi Ukm Berbasis Website Pada Desa Sumber Jaya. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 01, No. 1 Februari 2015.
- Muslihudin, Muhamad. (2013). Sistem informasi penjualan batik basurek berbasis web pada basurek collection Bengkulu. Jurnal TAM 2013. Vol.1 No.1 Hal 59-52. STMIK Pringsewu.
- Ahmad Mustofa, Mutmainah Mutmainah. 2015. Perancangan E-Commerce Penjualan Komputer Dan Alat Elektronik Berbasis Web Pada Toko Damar Komputer Pringsewu. Jurnal TAM. Vol 62-67 Hal. 59-62. STMIK Pringsewu. Lampung.
- Sidik, Betha 2012, *Pemrograman Web dengan PHP* : Edisi Revisi, Informatika, Bandung.
- Nugroho, Bunafit 2005, *Database Relational dengan MySQL*, Andi, Yogyakarta.
- Wahyuningtyas, Annisa Eka, 2011, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-commerce dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan: Survei terhadap UMKM Sektor Kerajinan di Daerah Istimewa Yogyakarta, Tesis, Program Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Aggestam, Lena dan Eva Söderström, 2004, managing Critical Success factors in A B2B Setting, IADIS International Journal on WWW/Internet Vol. 4, No. 1, pp. 96-110. ISSN: 1645 – 7641
- Wiliam Jonathan Dan Sri Lestari. Sistem Informasi Ukm Berbasis Website Pada Desa Sumber Jaya. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Vol. 01, No. 1 Februari 2015.
- UU UKM No. 7 Tahun 2014.
- Erpiyana, M., Margahana, H., & Junaidi, M. (2018). Analisis Implementasi Aplikasi Electronic Commerce Pada Meli Cake Berbasis Web Mobile Dengan Konsep Business to Consumer. *Jurnal Signaling*, 7(2), 52–59.
- Fergiwawan Listianto, Fauzi, Rita Irviani, K. (2017). Aplikasi E-Commerce Berbasis Web Mobile Pada Industri Konveksi Seragam Drumband Di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 8(2), 146–152.
- Garaika, Sri Ipnuwati, T. (2020). Pelatihan Pengembangan Pemasaran Kerajinan Batik Pada Pekon Bulurejo Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), 1–5.
- Hidayah Wati, Danang Kusnadi, Noca Yolanda Sari, R. M. J. (2016). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Pendapatan Usaha Kecil Menengah Produksi Kain Perca di Kecamatan Banyumas. *Jurnal Kelitbangan Bappeda Pringsewu*, 1(1), 85–103.
- Janner Simarmata. (2006). *Aplikasi Mobile Commerce Menggunakan PHP dan MySQL*. (Fl. Sigit Suyantoro, Ed.). Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.

- Kasmi, A. N. C. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 15(2), 109–116.
- Leonard, L. N. K., & Jones, K. (2010). Consumer-to-consumer e-commerce research in information systems journals. *Journal of Internet Commerce*, 9(3–4). <https://doi.org/10.1080/15332861.2010.529052>
- Maseleno, A. A. S. M. A. (2020). Implementasi Mobile Commerce Untuk Meningkatkan Pendapatan Anggota Koperasi Gentiaras Pringsewu. *JTKSI*, 03(01), 32–36.
- Muhammad Junaidi, Fiqih Satria, G. (2020). Model Pengambilan Keputusan Calon Penerima Bantuan Usaha Mikro Bank Lampung Dengan Metode Weighted Product. *JTKSI*, 03(01), 20–25.
- Mukodimah, F. R. I. S. (2020). Pendampingan Pemasaran Produk Hasil Home Industry Berbasis Media Sosial Dalam Upaya Memberdayakan Ibu Rumah Tangga Di Kabupaten Pringsewu. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 55–68.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *MODUS*, 27(2), 163–174.
- Rita Irviani, Kasmi, Evi Setyorini, M. M. (2018). Perancangan Aplikasi E-Commerce Berbasis Android Pada Kelompok Swadaya Masyarakat Desa Margakaya Pringsewu. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 4(1), 8–12.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Turban, E., Sharda, R., & Delen, D. (2007). *Decision Support and Business Intelligence Systems. Chapter 6 Artificial Neural Networks for Data Mining*. *IBM Systems Journal* (Vol. 8th).
- Utami, V. W. S. L. R. (2015). Analisis Dampak Pembiayaan Dana Bergulir Kur (Kredit Usaha Rakyat) Terhadap Kinerja UMKM (Studi Kasus di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 22(1), 11–25.
- Wiji Susanti, K., & Noca Yolanda Sari, M. M. (2015). Pengembangan Electronic Commerce Dalam Proses Meningkatkan Ukm Pada Dekranasda Kabupaten Pringsewu. *Expert*, 5(2), 42–47.