

Pengaruh *Self Directed Learning* Dan Adopsi *E-Commerce* Terhadap Kinerja Ukm Di Jakarta

Monika Lee Supardi dan Mei Ie

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: monikaleesupardii@gmail.com

Abstract : *The role of business people is very influential on rise and fall of the business they founded, and also development of information technology and electronic-based trading provide opportunities and convenience for Small and Medium business people in Indonesia to develop and manage their businesses. Both of these can be factors that influence the level of business sales performance. This study has a purpose to determine whether there is influence the variables of self-directed learning (X1) from SMEs and e-commerce adoption (X2) on business sales performance of SMEs in Jakarta. Determination of samples in this study using non-probability sampling with total of 30 respondents. Data collection method of this study using questionnaires. Data analysis method for testing the hypothesis uses t-test techniques with SmartPLS 3 program. The results of this study indicate a positive effect of self directed learning (X1) and positive effect of the e-commerce adoption (X2) on business performance (Y) of SMEs in Jakarta.*

Keywords: *Self directed learning, e-commerce adoption, SMEs performance.*

Abstrak : Peran para pelaku usaha sangat berpengaruh atas maju dan mundurnya usaha yang didirikannya serta perkembangan teknologi informasi dan perdagangan berbasis elektronik memberi peluang dan juga kemudahan bagi para pelaku usaha kecil menengah di Indonesia untuk mengembangkan dan mengelola usahanya. Kedua hal tersebut dapat menjadi faktor yang mempengaruhi tingkat kinerja penjualan usahanya. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variable *self directed learning* (X1) dari pemilik ukm dan adopsi *e-commerce* (X2) terhadap kinerja UKM (Y) di Jakarta. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan total 30 responden. Metode pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner. Metode analisis data dalam pengujian hipotesis menggunakan teknik uji t dengan program *SmartPLS3*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dari variabel *self directed learning* (X1) dan pengaruh positif dari variabel adopsi *e-commerce* (X2) terhadap kinerja UKM (Y) di Jakarta.

Kata Kunci : *Self directed learning, adopsi e-commerce, kinerja UKM.*

LATAR BELAKANG

UKM telah diidentifikasi sebagai penggerak utama pertumbuhan / perkembangan ekonomi dan kontributor signifikan terhadap kemakmuran ekonomi nasional menurut (Kaynak, 2005) dan sangat penting dalam menyediakan masyarakat dengan produk-produk baru, mempromosikan inovasi baru, menghasilkan lapangan kerja, memunculkan persaingan dan menciptakan kekayaan ekonomi menurut (Looi, 2003).

Peran kewirausahaan bagi perekonomian suatu negara sangatlah penting untuk mengetahui faktor-faktor pendukung yang dapat meningkatkan tingkat keberhasilan kewirausahaan. Salah satu tujuan utama yang ingin dicapai suatu usaha adalah kinerja usaha yang unggul agar dapat bertahan dalam persaingan yang semakin ketat. (Jaworski dan Kohli,

1993) menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil yang diperoleh dari suatu kegiatan usaha dalam kurun waktu tertentu dibandingkan dengan pesaing. Usaha kecil menengah (UKM) merupakan usaha yang tumbuh dalam menghadapi ketatnya persaingan usaha. Dengan globalisasi perekonomian dunia dan era perdagangan bebas, usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia diharapkan dapat meningkatkan kinerja usahanya untuk meraih keberhasilan.

Namun pada kenyataannya UKM tidak terlepas dari berbagai permasalahan dan tidak sedikit pula UKM di Indonesia yang hampir gulung tikar dikarenakan berbagai faktor. Menurut (Primiana, 2009) permasalahan yang sering dialami oleh UKM dapat dipengaruhi beberapa faktor yaitu faktor *intern* maupun faktor *ekstern*, salah satunya ialah disebabkan oleh lemahnya manajemen, kurangnya penggunaan teknologi yang kompetitif, serta kelemahan didalam mengembangkan jaringan pasar. Oleh karena itu, dibutuhkan keterampilan wirausahawan dan manajer sebagai pemilik usaha.

Selain itu di era globalisasi serta perkembangan teknologi digital ini pengaplikasian *e-commerce* dalam usaha sangatlah penting. Menurut Staf khusus Menteri Ekonomi dan UKM, Agus Muharram, mengatakan, saat ini jumlah UMKM di Indonesia mencapai 62,92 juta unit usaha atau 99,92 persen dari total unit usaha di dalam negeri. Kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 60 persen serta penyerapan tenaga kerja 116,73 juta orang atau 97,02 persen dari total angkatan kerja yang bekerja, namun berdasarkan data dari *Delloite Access Economics*, menunjukkan lebih dari sepertiga UMKM di Indonesia atau 36 persen masih bersifat *offline* dan sepertiga lainnya atau 37 persen hanya memiliki kemampuan *online* yang sangat mendasar seperti komputer atau akses *broadband*

(<http://umkmnetwork.co.id/read/18/523/baru-9-persen-umkm-indonesia-yang-masuk-e-commerce.html>). Dengan kata lain, tidak memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam mengaplikasikan *e-commerce* dalam proses bisnis diprediksi membuat kinerja UKM terhambat.

KAJIAN TEORI

Menurut (Kraemer et al., 2002) kinerja perusahaan dapat diukur melalui 3 hal yaitu efisiensi, koordinasi dan perdagangan (posisi pasar dan penjualan) dimana ketiga hal tersebut diharapkan dapat diperoleh dari adopsi teknologi informasi baru oleh suatu perusahaan. Peningkatan kinerja dapat berupa pengurangan biaya transaksi dan koordinasi aktifitas ekonomi yang lebih dekat antar rekan bisnis (Kraemer et al., 2002).

Menurut (Barron, 2007) self directed learning meliputi dari self monitoring dan self management. *Self monitoring* merupakan tingkatan individu dalam mengatur perilakunya berdasarkan situasi eksternal dan reaksi orang lain (*self monitoring* tinggi) atau atas dasar faktor internal seperti keyakinan, sikap, dan minat (*self monitoring* rendah) dan *self management* merupakan bagian dari diberlakukannya tujuan pembelajaran dan pengelolaan sumber daya pembelajaran dan dukungan.

Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) (Davis, 1986; Sukaatmadja, 2016) yang merupakan adaptasi dari *Theory Reasoned Action* (TRA) yang pertama kali dicetuskan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1975 perilaku menggunakan IT diawali oleh adanya persepsi mengenai manfaat (*Perceived Usefulness*) dan persepsi mengenai kemudahan menggunakan IT (*Perceived Ease of Use*).

(Anglin, et al., 1990) memberikan suatu instrumen pengukuran kinerja perusahaan berdasarkan pengukuran kinerja secara obyektif dan subyektif. Secara obyektif, pengukuran kinerja penjualan lebih menitikberatkan pada volume penjualan dan porsi pasar. Secara subyektif lebih menitikberatkan pada kepuasan pelanggan, kepuasan pekerja dan pemilik, dan lain-lain.

Kinerja UKM. Menurut (Srimindarti, 2004) Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya-biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya.

Berdasarkan pengertian dari para ahli sebelumnya, maka dapat disimpulkan kinerja adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas kewirausahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional kewirausahaan dalam memanfaatkan sumber daya-sumber daya yang dimiliki.

Self Directed Learning. Selain itu, (Brookfield, 2009) menjelaskan *self directed learning* sebagai proses pembelajaran di mana individu mengambil inisiatif, dengan atau tanpa bantuan orang lain, dalam mendiagnosis kebutuhan belajar mereka, merumuskan tujuan pembelajaran, mengidentifikasi sumber daya manusia dan material untuk belajar, memilih dan menerapkan strategi pembelajaran yang tepat, dan mengevaluasi hasil belajar.

Berdasarkan pengertian dari para ahli sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa *self directed learning* adalah kemampuan seorang individu dalam menyadari kebutuhan diri sendiri dalam belajar, yang diawali dengan inisiatif sendiri dengan perencanaan belajar sendiri (*self planned*) dan dilakukan sendiri (*self conducted*), menyadari kebutuhan belajar mandiri dalam mencapai tujuan belajar dengan cara membuat strategi sendiri untuk menentukan tujuan pribadi, menyusun keputusan atas sumber daya yang ada dan strategi dalam menghadapi pesaing, serta mengevaluasi hasil dari apa yang telah dilakukan.

Adopsi E-Commerce. Menurut (Laudon dan Traver, 2012) *e-commerce* adalah penggunaan internet dan web untuk transaksi bisnis, secara lebih formal, *e-commerce* merupakan transaksi komersial di antara organisasi serta antara organisasi dan individu yang diselenggarakan secara digital.

Dari beberapa pengertian yang mengarah pada teori para ahli dapat disimpulkan bahwa pengertian *e-commerce* adalah proses transaksi jual beli serta pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui internet dimana website digunakan sebagai wadah untuk melakukan proses tersebut.

Pengaruh Self Directed Learning Terhadap Kinerja UKM di Jakarta. Menurut (Zhao et al., 2010; dalam Tseng, 2013) bahwa meskipun beberapa pengusaha sukses dapat memilih untuk tidak lagi melanjutkan sebagai pemilik dan pengelola bisnis mereka sendiri, hampir semua pengusaha berhasil akhirnya akan belajar dari gagal pengalaman mereka. Oleh karena itu, kinerja kewirausahaan dibuat oleh pengusaha dengan inisiatif belajar yang tinggi untuk karakteristik kepribadian dan kemampuan.

Bagi pengusaha untuk menjadi pembelajar mandiri, mereka tidak hanya membutuhkan pengetahuan dan pengalaman tapi akan juga mampu menilai pemahaman mereka saat belajar kewirausahaan. Menurut (Mauer et al., 2009; dalam Tseng, 2013) pengusaha yang memiliki *self-efficacy* tinggi akan memiliki lebih banyak kemampuan untuk: menjadi mahir dalam menilai kesenjangan pengetahuan dalam diri mereka sendiri dan jaringan mereka; membuat keterampilan holistik dan kemampuan untuk pemecahan masalah; belajar untuk mentolerir ambiguitas dalam diri harapan; dan mengeksplorasi berbagai gaya belajar atau pendekatan untuk belajar.

Pengaruh Adopsi E-Commerce Terhadap Kinerja UKM di Jakarta. UKM menghadapi tantangan yang signifikan tidak hanya dalam mengidentifikasi dan mengembangkan basis pelanggan yang lebih luas tetapi juga dalam bersaing terhadap pesaing global (Loane, 2006;

dalam Abebe, 2014). Dengan mengembangkan kemampuan *e-commerce*, UKM dapat: meningkatkan visibilitas global mereka dan menarik basis pelanggan baru meskipun batasan geografis mereka berbeda (Moodley, 2003; dalam Abebe, 2014), melayani pelanggan yang ada dengan lebih efisien dan meningkatkan kenyamanan, karena pelanggan dapat mengakses *platform e-commerce* hampir di mana saja dan kapan saja (Beck et al., 2005; dalam Abebe, 2014) dan lebih memahami dan memenuhi sifat dinamis dari kebutuhan pelanggan yang ada (Auger, 2005; dalam Abebe, 2014).

METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian berjenis kuantitatif dengan metode penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pemilik UKM di daerah Jakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *non-probability sampling* yang artinya tidak semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel.

Sementara teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebesar 30 sampel. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, diketahui bahwa karakteristik responden untuk penelitian ini adalah pemilik UKM yang telah menggunakan *e-commerce* dalam proses bisnisnya sebanyak 30 orang (100%). Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, diketahui bahwa karakteristik responden untuk penelitian ini adalah pemilik UKM yang telah mengadopsi *e-commerce* sebanyak 30 orang (100%). Untuk karakteristik responden berdasarkan bidang usaha UKM dapat diketahui bahwa responden yang bergerak di bidang usaha kuliner sebanyak 20 orang (66,7%), ukm *fashion* sebanyak 7 orang (23,3%), ukm otomotif sebanyak 2 orang (6,7%), dan ukm lainnya dibidang jasa antirayap sebanyak 1 orang (3,3%). Untuk karakteristik responden berdasarkan jabatan, dapat diketahui bahwa responden sebagai pemilik sebanyak 19 orang (63,3%), pemilik sekaligus manajer sebanyak 11 orang (36,7%). Untuk karakteristik responden berdasarkan penjualan tahunan, dapat diketahui bahwa responden dengan penjualan Rp300.000.000 s/d Rp2.500.000.000 sebanyak 29 orang (96,7%), Rp2.500.000.000 s/d Rp50.000.000.000 sebanyak 1 orang (3,3%). Untuk karakteristik responden berdasarkan lama usaha, dapat diketahui bahwa responden dengan lama usaha 1 sampai 5 tahun sebanyak 23 orang (76,7%), 5 sampai 10 tahun sebanyak 7 orang (23,3%). Untuk karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan dapat diketahui bahwa responden dengan jumlah karyawan kurang dari 5 orang sebanyak 4 orang (13,3%), 5 sampai 15 orang sebanyak 21 orang (70%), 16 sampai 25 orang sebanyak 5 orang (16,7%).

Beberapa instrumen diadaptasi dari penelitian terdahulu untuk mengukur variabel penelitian, pengukuran objek penelitian diukur menggunakan skala *Likert* lima poin dengan 1 menunjukkan “sangat tidak setuju” dan 5 menunjukkan “sangat setuju”. Data dapat dikatakan valid jika nilai *convergent validity* adalah nilai *loading factor* (LF) pada variabel laten dengan indikator – indikatornya. Nilai *loading factor* yang diharapkan atau dikatakan $> 0,7$. *Discriminant validity* adalah nilai *cross loading factor* yang digunakan untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* dengan konstruk lain. *Dicriminant validity* dapat dianggap tercapai apabila nilai AVE lebih besar daripada nilai korelasi diantara variabel laten, yaitu 0,50. Tiap pernyataan dapat dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach's alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60 dan tiap pernyataan yang memiliki nilai CR lebih besar atau sama dengan 0,70, maka pernyataan yang mengukur variabel tersebut dapat diterima.

Tabel 1. Variabel data pengukur

Variabel	Jumlah Item
Kinerja UKM	5
<i>Self Directed Learning</i>	4
Adopsi <i>E-Commerce</i>	4

HASIL ANALISIS DATA

Pada penelitian ini, pengujian data dilakukan dengan menggunakan uji *Bootstrapping* untuk menguji kedua hipotesis. Adapun pengujian tersebut dilakukan untuk mendapatkan bukti adanya pengaruh signifikan *self directed learning* dan adopsi *e-commerce* terhadap kinerja UKM di Jakarta. Hasil analisis data secara singkat tertera pada Tabel 2. berikut ini:

Tabel 2. Hasil pengujian Hipotesis menggunakan *Bootstrapping*

Variabel	<i>T-statistic</i>	<i>P-Values</i>
<i>Self directed learning</i> → Kinerja UKM	3,729	0,000
Adopsi <i>e-commerce</i> → Kinerja UKM	5,219	0,000

DISKUSI

Dapat dilihat pada tabel 2, hasil pengujian hipotesis variabel *self directed learning* terhadap kinerja UKM di Jakarta memiliki nilai *T-statistics* yaitu sebesar 3,729 dan *P-values* yaitu sebesar 0,000 maka H1 tidak ditolak karena diketahui nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *P-values* nya kurang dari 0,05. Dari penjelasan tersebut, maka dapat dijelaskan dan disimpulkan bahwa *self directed learning* pemilik UKM memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UKM di DKI Jakarta, artinya Hipotesis 1 diterima.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Tseng, 2013) yang menyatakan bahwa pengusaha yang belajar dan mengembangkan keterampilan manajemen diri dan pemantauan diri mereka memiliki lebih banyak kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman kewirausahaan dalam proses pengembangan kewirausahaan.

Dapat dilihat pada table 2, hasil pengujian hipotesis variabel adopsi *e-commerce* terhadap kinerja penjualan UKM memiliki nilai *T-statistics* yaitu sebesar 5,219 dan *P-values* nya yaitu sebesar 0,000 maka H2 tidak ditolak karena diketahui nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *P-values* nya kurang dari 0,05. Dari penjelasan tersebut, maka dapat dijelaskan dan disimpulkan bahwa adopsi *e-commerce* di pada UKM memiliki pengaruh positif terhadap kinerja UKM di DKI Jakarta, artinya Hipotesis 2 diterima.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Abebe, 2014) yang menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pertumbuhan penjualan rata-rata UKM dan bahwa pengadopsi teknologi *e-commerce* memiliki tingkat pertumbuhan penjualan rata-rata yang secara signifikan lebih tinggi daripada

yang bukan pengadopsi. Hasilnya juga menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* secara positif mempengaruhi tingkat pertumbuhan penjualan tahunan UKM bahkan lebih ketika perusahaan sampel memiliki orientasi kewirausahaan yang lebih tinggi. Secara keseluruhan, hasil analisis ini menunjukkan pentingnya adopsi *e-commerce* serta orientasi kewirausahaan UKM pada kinerja UKM.

PENUTUP

Kesimpulan dan Saran. Kesimpulan diambil berdasarkan analisis, pembahasan dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai *self directed learning* dan adopsi *e-commerce* pada kinerja UKM di Jakarta, kesimpulan tersebut adalah *self directed learning* dari pemilik UKM berpengaruh terhadap kinerja UKM di Jakarta dan adopsi *e-commerce* dalam proses usaha berpengaruh terhadap kinerja UKM di Jakarta Barat.

Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel, dimensi, dan indikator lainnya yang berhubungan dengan kinerja UKM. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja UKM, dan penelitian ini menggunakan data kuesioner sehingga kemungkinan jawaban yang diberikan responden bisa saja berbeda dari keadaan yang sesungguhnya, oleh sebab itu diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan pengumpulan data dengan cara studi kasus, observasi ataupun interview agar bisa mendapatkan hasil yang sebenar-benarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abebe, M. (2014). *Electronic commerce adoption, entrepreneurial orientation and small-and medium-sized enterprise (SME) performance*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(1), 100-116.
- Aco, A dan Endang, A.H. (2017), Analisis bisnis *e-commerce* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Anglin A. Kenneth, J. J. Stolman, J. W, and Gentry. (1990). *The congruence of manager perception of salesperson performance and knowledge-based measures of adaptive selling*. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 10, 81-90.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aritonang, L. R. (2007). *Teori dan praktik riset pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Basri, H. (1994). *Remaja berkualitas: problematika remaja dan solusinya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cashman, S. (2007). *Discovering computers: menjelajah dunia komputer fundamental*. Ed 3. Jakarta: Salemba Infotek.
- Darmayanti, T. (1993). *Readiness for self-directed learning and achievement of the students of universitas terbuka*. *Thesis*. University of Victoria Kanada.
- Fadholi, M. R. dan Gunadi, M. A. (2013). Pengaruh karakteristik pribadi wirausahawan pada kinerja usaha dengan orientasi pasar sebagai variabel pemediasi: studi pada ukm fotokopi, rental computer dan warnet di kota Surakarta. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Firdaus, A. M. (2012). *Metode penelitian*. Tangerang: Jelajah Nusa.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariato dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H.M, Jogyianto (2007). *Analisis desain sistem informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Henseler, J., Ringle, C., and Sinkovics. (2009). *The use of partial least squares path modeling in international marketing*. *Advances in International Marketing*. (20). 277-319,
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian bisnis dan manajemen menggunakan partial least square (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Malang: Universitas Brawijaya.

- Laudon, K. C. and Traver, C. G. (2012). *E-commerce 2012 (business, technology, society) Eight edition*. Pearson.
- Nurhadi. (2015). Adopsi *electronic commerce* teori praktek dan implikasi pada usaha kecil dan menengah. Surabaya: PT REVKA PETRA MEDIA.
- Nuryanti. (2013). Peran *e-commerce* untuk meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM). *Jurnal Ekonomi*, 21(4), 1-15.
- Pearson, MC Leod. (2008). Sistem informasi manajemen. Jakarta: Salemba Infotek.
- Pinho, J. C. and Sampaio de Sa, E. (2014). *Personal characteristics, business relationships and entrepreneurial performance*. *Jurnal of Small Business and Enterprise Development*, 21(2), 284-300.
- Primiana, I. (2009). Menggerakkan sektor UKM & industri, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Srimindarti, C. (2004). *Balanced scorecard* sebagai alternatif untuk mengukur kinerja. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 3(1), 52-64.
- Thulani, D. (2010). *Electronic commerce benefits and adoption barriers in small and medium enterprises in gweru, zimbabwe*. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 15(1), 1-18.
- Tseng, C. C. (2013). *Connecting self-directed learning with entrepreneurial learning to entrepreneurial performance*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(4), 425-446.
- Umar, H. (2005). Metode penelitian skripsi dan tesis bisnis. Jakarta: Angkasa.
- Wida, P. A. M, Yasa, N. K, Sukaatmadja, P. G. (2016). Aplikasi model TAM (*technology acceptance model*) pada perilaku pengguna instagram. *Skripsi*. Universitas Udayana Bali.
- Wong, J. (2010). *Internet marketing for beginners*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yulimar, V. A. (2006). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pengapdosian electronic commerce dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan (studi pada perusahaan kecil dan menengah di Indonesia). *Thesis*. Universitas Diponegoro Semarang.