

## ANALISA PERANAN TEKNOLOGI INTERNET SEBAGAI MEDIA TRANSAKSI E-COMMERCE DALAM MENINGKATKAN PERKEMBANGAN EKONOMI

Yulianto<sup>1)</sup>, Fifit Alfiah<sup>2)</sup>, Eka Purnama Harahap<sup>3)</sup>, Baiq Aneji Pahad<sup>4)</sup>,  
Andriyanto<sup>5)</sup>, Ian An Azhari<sup>6)</sup>, Riyan Sindi Saputra<sup>7)</sup>

<sup>1), 2), 3), 4), 5), 6), 7)</sup> Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raharja

Jl Jendral Sudirman No 40 Modern Cikokol, Tangerang 15117

Email : [yulianto@raharja.info](mailto:yulianto@raharja.info)<sup>1)</sup>, [fifitalfiah@gmail.com](mailto:fifitalfiah@gmail.com)<sup>2)</sup>, [ekaphrp@raharja.info](mailto:ekaphrp@raharja.info)<sup>3)</sup>, [baiq.aneji@gmail.com](mailto:baiq.aneji@gmail.com)<sup>4)</sup>,  
[andriyanto@raharja.info](mailto:andriyanto@raharja.info)<sup>5)</sup>, [azhari.ian@raharja.info](mailto:azhari.ian@raharja.info)<sup>6)</sup>, [riyan.sindi@raharja.info](mailto:riyan.sindi@raharja.info)<sup>7)</sup>

### Abstrak

Perkembangan teknologi pada kehidupan masyarakat saat ini membawa dampak yang lebih baik dalam bidang ekonomi. Baik masyarakat awam maupun masyarakat dengan tingkat intelegensi yang tinggi pun berbondong-bondong memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana bisnis mereka. Dari usaha kecil hingga usaha tingkat atas kini tak luput dari peranan teknologi tersebut. Hampir sebagian pelaku bisnis memasarkan produk mereka melalui media dan teknologi yang ada. Mulai dari web internet, jejaring sosial, serta aplikasi yang ada pada gawai saat ini. Pelaku bisnis online shop atau e-commerce nyatanya tidak hanya dari kalangan orang dewasa keatas saja, bahkan sebagian dari pelaku bisnis online shop ini adalah seorang pelajar. Tujuan dari mereka rata-rata yaitu untuk menambah uang saku. Namun disamping itu, pada akhirnya mereka mulai bisa mengenal bagaimana cara berbisnis tersebut. Hal ini tentu dapat menjadi tolak ukur untuk bisa meningkatkan atau melahirkan generasi muda yang mandiri, variatif, inovatif, dan produktif. Serta mampu mengembangkan evolusi ekonomi bagi kehidupan mereka dimasa depan. Berdasarkan survey yang didapat, bahwa peranan teknologi sangatlah berpengaruh dalam perkembangan e-commerce serta penjualan online yang ada. Teknologi menjadi satu-satunya media transaksi yang bisa dilakukan oleh penjual maupun pembeli dalam kasus e-commerce ini. Saat ini internet yang merupakan sumber informasi pun tidak hanya sekedar memberikan atau membagi berbagai macam informas saja. Di balik fungsi utamanya sebagai sumber informasi, internet juga dapat digunakan sebagai salah satu pendukung dalam proses bisnis. Salah satunya adalah e-commerce sebagai pendukung proses penjualan, pembelian, transfer atau pertukaran produk, dan pelayanan informasi khususnya pada bisnis berbasis Online shop . Dengan internet, pemasaran produk, dan pelayanan menjadi sebuah proses yang interaktif. Pemanfaatan Situs Web bukan hanya sekedar menyajikan katalog produk dan media promosi, melainkan digunakan untuk berdialog,

berdiskusi, dan berkonsultasi dengan konsumen secara On-line.

**Kata kunci :** Teknologi, e-commerce, Online shop , Internet.

### 1. Pendahuluan

Dewasa ini marak sekali *online shop* yang beredar di tengah kalangan masyarakat Indonesia maupun dunia. Tidak sedikit orang yang memiliki bisnis dibidang *online shop* ini. Dengan dukungan teknologi yang semakin canggih seperti sekarang ini, pelaku bisnis *online shop* pun tidak perlu khawatir lagi. Faktanya sosial media adalah alternatif lain bagi para pelaku bisnis tersebut untuk memasarkan produk dan dagangan mereka. Hanya dengan bermodalkan *smartphone*, semua pelaku bisnis ini bisa lebih leluasa. Kapanpun dan dimanapun, semua dapat terlaksana secara *realtime*.

Dengan adanya perdagangan *online* seperti ini, memudahkan konsumen dalam berbelanja, karena semua dilakukan secara terkomputerisasi. Artinya, konsumen tidak lagi mendatangi sebuah *outlet* untuk memilih dan melakukan transaksi pembayaran. Hanya melalui teknologi *smartphone* atau PC, konsumen dapat bersantai di rumah sambil berbelanja.

Pelaku bisnis *online shop* ini nyatanya tidak hanya dari kalangan orang dewasa keatas, bahkan sebagian dari pelaku bisnis *online shop* ini adalah seorang pelajar. Tujuan dari mereka rata-rata yaitu untuk menambah uang saku. Namun disamping itu, pada akhirnya mereka mulai bisa mengenal bagaimana cara berbisnis tersebut. Hal ini tentu dapat menjadi tolak ukur untuk bisa meningkatkan atau melahirkan generasi muda yang mandiri, variatif, inovatif, dan produktif. Serta mampu mengembangkan evolusi ekonomi bagi kehidupan mereka dimasa depan..

Jika dari muda saja mereka dapat melakukannya, maka kedepannya generasi muda ini akan terbiasa dalam meningkatkan perekonomiannya dalam bidang apapun. Terlebih teknologi tidak hanya bergerak sampai disini saja, setiap tahun bahkan setiap hari teknologi dapat memudahkan kita dalam hal apapun. Sampai saat ini, teknologi dapat dijadikan sarana *advertising* bagi pelaku bisnis *online* . Bukan hanya sekedar memberi informasi,

teknologi juga dapat dijadikan sebagai sarana transaksi antara produsen dan konsumen.

Faktanya, baru-baru ini, pelaku bisnis *online* tidak hanya memanfaatkan *website* sebagai media utama mereka dalam memasarkan usaha-usahanya. Namun, saat ini mulai berkembang pula pelaku bisnis yang memasarkan usaha mereka melalui media sosial, seperti; *instagram*, *twitter*, *facebook*, *path*, dan sebagainya. Hal ini tentu disambut baik oleh para pembeli yang tidak memiliki banyak waktu untuk berbelanja ke pusat perbelanjaan. Dan disamping itu, kemudahan-kemudahan pun tentu bisa didapatkan oleh mereka.

Batasan rumusan masalah yang ingin dibahas disini, antara lain:

1. Seberapa besar peranan teknologi dalam mengembangkan usaha *online* atau *e-commerce*.
2. Mengukur apakah *online shop* yang marak seperti sekarang ini mampu mengubah perekonomian masyarakat luas.

Tujuan dari penulisan paper atau jurnal ini adalah untuk menganalisa tentang berbagai aspek mengenai *e-commerce* dan melakukan beberapa pengujian berupa kuisioner kepada masyarakat tentang seberapa besar peran teknologi internet sebagai media transaksi pada *e-commerce* yang biasa digunakan untuk pembayaran pada *Online Shop*. Sehingga dapat menunjukkan bahwa ada begitu banyak sisi positif yang dapat dimanfaatkan dari teknologi yang berkembang saat ini.

Selain itu, untuk dapat mengetahui serta mengukur seberapa besar peranan penting teknologi Internet sebagai media transaksi usaha *online* dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia.

## 2. Pembahasan

### Pengertian *e-commerce*

Menurut Turban, *e-commerce* adalah suatu proses membeli, menjual, transfer atau pertukaran produk, pelayanan, dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet. Sedangkan menurut Kotler, pembelian dan proses penjualan yang didukung oleh elektronik, terutama internet.[1]

Jadi dapat disimpulkan *e-commerce* adalah proses dari pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran untuk berbagai produk dan jasa yang diperjualbelikan dalam pasar global berjangkauan para pelanggan dengan dukungan dari jaringan para mitra bisnis di seluruh dunia.

Menurut David Baum, *ecommerce* adalah “*e-commerce is a dynamic set of technologies, applications, communities through electronic transactions and the electronic exchange of goods, service, and information*”. *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 (Baum dalam Purbo)[1]

Kegiatan dalam *e-commerce* antara lain meliputi transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik,

sistem manajemen inventori otomatis, dan system pengumpulan data otomatis. *e-commerce* sendiri merupakan aplikasi dari *e-bisnis* yang berkaitan dengan transaksi bisnis yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti : transfer dana secara elektronik, SCM (*Supply Chain Management*), *emarketing/ online marketing*, pemrosesan transaksi *online* , pertukaran data elektronik, dan lainlain *e-commerce* akan merubah semua kegiatan marketing dan juga sekaligus memangkas biaya-biaya operasional untuk kegiatan *trading* (perdagangan). Proses yang ada dalam *e-commerce* adalah sebagai berikut :

- a. Presentasi electronis (Pembuatan *Web site*) untuk produk dan layanan.
- b. Pemesanan secara langsung dan tersedianya tagihan.
- c. Otomasi *account* Pelanggan secara aman (baik nomor rekening maupun nomor kartu kredit)
- d. Pembayaran yang dilakukan secara Langsung (*online* ) dan penanganan transaksi (Januri, dkk, 2011).[2]

### Perpektif *e-commerce*

*e-commerce (electronic commerce)* merupakan istilah yang digunakan oleh perusahaan untuk menjual dan membeli sebuah produk secara *online* . *e-commerce* didefinisikan dari beberapa perspektif (Kalakota dan Whinston yaitu berdasarkan komunikasi, proses bisnis, layanan, dan *online* .

Definisi *e-commerce* berdasarkan beberapa perspektif yang telah disebutkan yaitu :

1. Perspektif Komunikasi (*Communications*), Menurut perspektif ini, *e-commerce* merupakan pengiriman informasi, produk/jasa, dan pembayaran melalui lini telepon, jaringan komputer atau sarana elektronik lainnya.
2. Perspektif Proses bisnis (*Business*), Menurut perspektif ini, *e-commerce* merupakan aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan (*work flow*).
3. Perspektif layanan (*Service*), Menurut perspektif ini *e-commerce* merupakan satu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen dalam memangkas *service cost* ketika meningkatkan mutu barang dan ketepatan pelayanan.
4. Perspektif *Online (Online)* , Menurut perspektif ini *e-commerce* berkaitan dengan kapasitas jual beli produk dan informasi di internet dan jasa *online* lainnya.[3]

### Mekanisme *E-commerce*

Dalam pembuatan ‘toko’ di internet (atau biasa disebut dengan istilah *cybershop*), diperlukan *software-software* tertentu untuk mengatur inventarisasi barang dan proses transaksi jual beli barang. Di pasaran, sudah terdapat *software-software* khusus untuk membuat sistem e-Com, seperti *Intershop Online* keluaran *Intershop Communications*, *Merchant Server* keluaran *Microsoft Corp*, dan *Electronic Commerce Suite* keluaran *iCat*. *Software-software* itu khusus dijual kepada pihak-pihak yang berniat membangun *cybershop*, dan dijual dengan

harga ribuan dollar. Pada umumnya software-software untuk pembuatan *e-commerce* ini menggunakan database untuk penyusunan katalog. *Database* yang digunakan biasanya adalah *DB2*, *Oracle*, atau *SQL*. [4]

### **Pemanfaatan *e-commerce* Untuk Pemasaran dan Penjualan**

Penjualan adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba, menurut Marwan.[5]

Sebuah pemanfaatan baru dengan menggunakan fasilitas internet menjadikan sebuah penunjang atau peluang terhadap pengusaha menengah ke bawah untuk memulai bisnis tanpa menggunakan modal sama sekali. Pemanfaatan internet, dimana menjadi sumber informasi dan juga sebuah media promosi dapat dijadikan sebagai peluang. Semakin majunya teknologi dan informasi merupakan sebuah peluang besar bagi pebisnis yang sudah menjalankan bisnisnya untuk digunakan sebagai media penunjang promosi, atau dapat dimanfaatkan oleh pemula atau user yang ingin melakukan sebuah bisnis tanpa memerlukan jumlah modal yang besar. Contohnya adalah Pemanfaatan media sosial yang sudah menjadi sebuah kebutuhan khusus bagi masyarakat di Indonesia.

### **Internet Sebagai Media Transaksi pada *e-commerce***

Tidak seperti pada perdagangan biasa, prosedur pembayaran pada transaksi *e-commerce* sangat berbeda. Beberapa jenis pembayaran pada transaksi *e-commerce* baik yang *online realtime* ( kartu kredit, kartu debit, e-wallet, dsb ) maupun tradisional ( transfer, sewel pos, dsb). Karena memerlukan kecepatan dan kepraktisan. Maka prosedur pembayaran yang banyak dipakai dalam *e-commerce* adalah pembayaran *online realtime*.

Pada metode pembayaran toko *online*, akan terjalin hubungan tiga pihak yang berkaitan. Yaitu pembeli, pedagang, dan institusi keuangan tertentu. Proses tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut. Pertama pembeli melakukan proses pembelian dan kemudian membayar dengan memasukkan nomor kartu. Kedua, *web server* perusahaan akan meneruskan identitas dan nomor kartu pembeli ke *acquirer payment gateway*. Selanjutnya *acquirer payment gateway* akan mengecek keabsahan kartu yang dipakai. Jika sah, maka data akan diteruskan ke *acquirer* (pihak bank) dan kemudian akan diteruskan juga ke *issuer* (pihak yang mengeluarkan kartu). *Issuer* kemudian akan mengeluarkan nomor otorisasi pembayaran transaksi tersebut yang dikirimkan ke *acquirer*. Setelah memperoleh nomor otorisasi, *acquirer* mengirimkan data tersebut ke pedagang, dan memberitahukan bahwa proses pembayaran telah sukses. Sehingga kemudian pedagang dapat mengirimkan barang

ke pembeli. Karena proses pembayaran ini harus aman, maka semua hubungan tersebut harus menggunakan perangkat pengaman. Saat ini untuk mengamankan data yang berhubungan dengan transaksi dipakai metode enkripsi.

Sehingga segala hal yang berhubungan dengan masalah bisnis pada toko *online*, didasari pada satu hal yang paling pokok, yaitu kepercayaan. Perdagangan pada *e-commerce* ini merupakan sistem perdagangan dimana antara pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung. Oleh karenanya, bisnis *e-commerce* memerlukan suatu tanda bukti untuk menjamin kepercayaan antara penjual dengan pembeli.[6]

### **Survey Penggunaan Teknologi Di Indonesia**

Menurut survey Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) menyatakan, pengguna internet di Indonesia hingga saat ini telah mencapai 82 juta orang. Dengan capaian tersebut, Indonesia berada pada peringkat ke-8 di dunia.

Pernyataan tersebut dikatakan Direktur Pemberdayaan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika (Aptika) Kementerian Kominfo Septriana Tangkary dalam sambutannya pada acara Sosialisasi Internet Cerdas, Kreatif dan Produktif (Incakap) yang mengusung tema "Membangun Budaya Internet Sehat dan Aman (INSAN) Menuju Masyarakat Cerdas, Kreatif dan Produktif" kerjasama antara Kementerian Kominfo dengan relawan teknologi informasi dan komunikasi Provinsi Lampung dan Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya di Bandar Lampung.

Dari jumlah pengguna internet tersebut, 80 persen di antaranya adalah remaja berusia 15-19 tahun. Untuk pengguna *facebook*, Indonesia di peringkat ke-4 besar dunia, kata Septriana.[7]

Dengan adanya pernyataan seperti itu, maka dapat dipastikan bahwa rata-rata penduduk Indonesia selalu menggunakan internet untuk kebutuhan sehari-hari mereka. Dan tidak sedikit diantaranya yang memanfaatkan kehadiran teknologi sebagai peluang untuk menghasilkan uang. Bahkan bukan hanya perusahaan saja yang bisa berkecimpung dalam dunia *e-commerce* ini, namun personal pun telah banyak yang berkecimpung didalamnya. Beberapa Sebagian besar diantaranya yaitu; mahasiswa, pelajar, bahkan ibu rumah tangga.

### **Analisa dengan Kuisisioner kepada masyarakat tentang peran *e-commerce* pada *online shop* dalam meningkatkan perkembangan ekonomi di Indonesia**

Sebagai pelengkap penulisan yang kami jalani. Kami telah melakukan kuisisioner terhadap beberapa elemen masyarakat untuk mengukur apakah *online shop* sebagai salah satu media dalam melakukan transaksi berbasis *e-commerce* dapat mengubah perekonomian di Indonesia.

Berikut adalah hasil kuisisioner dengan menggunakan aplikasi sosial media dan *google docs*, untuk mendapatkan beberapa responden. Dan table di bawah ini adalah hasil dan jawaban dari para responden yang juga pernah terlibat

dalam proses *e-commerce* khususnya di bidang *Online shop* :

**Terlampir Tabel :**

**Tabel 1. Hasil survey dari beberapa orang terdekat tentang peran *e-commerce* ( khususnya bidang *online shop* ) dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia.**

Setelah melakukan observasi dengan menggunakan kuisioner. Didapatkan hasil bahwa banyak elemen masyarakat yang sangat terbantu dengan adanya proses *e-commerce* pada *online shop* ini, itu membuktikan bahwa proses pembayaran berbasis *e-commerce* bersifat efektif karena dapat dilakukan dimana saja tanpa harus adanya tatap muka langsung, dan bersifat efisien karena *e-commerce* dapat dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa melihat tingkat perekonomiannya. Faktanya penjualan dengan menggunakan teknologi internet sudah dilakukan untuk mendapatkan penghasilan tambahan diluar upah pekerjaan.

Peran teknologi internet dalam melakukan proses *e-commerce* terhadap perkembangan ekonomi juga sudah tergambarkan pada kuisioner diatas. Beberapa elemen masyarakat menyatakan bahwa proses *e-commerce* dapat meningkatkan perekonomian di Indonesia. Karena membantu masyarakat untuk mendapatkan penghasilan dengan berniaga tanpa harus menyewa tempat bahkan tanpa modal sekalipun. Peningkatan penjualan terhadap barang-barang buatan lokal seperti contohnya pakaian dan makanan khas daerah juga dapat meningkat. Karena masyarakat dapat memsani barang tersebut tanpa harus pergi ke daerah penghasil barang tersebut.

*Online shop* atau berniaga dengan menggunakan teknologi internet juga tentunya dapat diakses dengan mudah oleh seluruh orang di seluruh dunia. Khususnya pada penjualan makanan atau peralatan khas dari Indonesia dapat menarik minat warga di seluruh dunia yang tertarik dengan makanan atau peralatan asli buatan Indonesia. Hal tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan pasar lokal Indonesia menjadi lebih diminati oleh masyarakat dunia.

### 3. Kesimpulan

Teknologi Internet yang berkembang saat ini sangatlah berpengaruh terhadap pembuatan Toko *Online* atau *cybershop*. Di pasaran, sudah terdapat *software-software* khusus untuk membuat sistem e-Com, seperti *Intershop Online* keluaran *Intershop Communications*, *Merchant Server* keluaran *Microsoft Corp*, dan *Electronic Commerce Suite* keluaran *iCat*.

Teknologi Internet juga berperan dalam transaksi yang digunakan pada proses jual beli di *Online Shop*. karena transaksi pada *online shop* memerlukan kecepatan dan kepraktisan, proses pembayaran yang marak digunakan pada *e-commerce* adalah *online realtime*. Dimana akan

terjalin hubungan tiga pihak yang berkaitan. Yaitu pembeli, pedagang, dan institusi keuangan tertentu

Data yang didapatkan dari kuisioner yang diberikan kepada beberapa masyarakat menyebutkan, bahwa *online shop* atau berniaga secara *online* sangat membantu perekonomian Indonesia. karena bersifat efektif dan efisien. Dan dapat dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat tanpa melihat tingkat perekonomiannya. Penjualan berbasis online ini juga dapat meningkatkan pemasaran makanan atau peralatan khas Indonesia dipasar dunia. Karena *Online shop* menggunakan teknologi internet sehingga dapat diakses oleh masyarakat di seluruh dunia.

### Daftar Pustaka

- [1] G.K. Denni, " Analisis Pengaruh Penerapan *E-commerce* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Arminareka Perdana", Binus University, 2014.
- [2] D.S. Nugrahani, "*E-commerce* Untuk Pemasaran Produk Usaha Kecil Dan Menengah", STIE Rajawali Purworejo, 2011.
- [3] D. Irmawati, "Pemanfaatan *E-commerce* Dalam Dunia Bisnis", Politeknik Negeri Sriwijaya, 2011.
- [4] S. Ratnawati, "Model *E-commerce* Untuk Meningkatkan Penjualan Kerajinan Kulit Pasca Lumpur Lapindo", 2013.
- [5] R.S.A. Rejeki, dkk, "Perancangan dan Pengaplikasian Sistem Penjualan pada "Distro Smith" Berbasis Ecommerce", Universitas Stikubank, 2011.
- [6] M.M Belalawe, "Tinjauan Keamanan Sistem Transaksi Dan Pembayaran Pada *E-commerce* Studi Kasus Toko *Online* [www.Buahonline .Com](http://www.buahonline.com)", STIKOM Artha Buana Kupang, 2013.
- [7] Diakses pada tanggal 7 Desember 2014 pukul 16.55  
[http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pegguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita\\_satker#.VIBQGOOSw9k](http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pegguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VIBQGOOSw9k)

### Biodata Penulis

**Yulianto, S.Kom**, memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom), Jurusan Sistem Informasi Perguruan Tinggi Raharja, lulus tahun 2014. Saat ini menjadi Staff Dosen di Perguruan Tinggi Raharja.

**Fift Alfiah**, menempuh pendidikan Strata 1 , Jurusan Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raharja, insyaallah akan lulus awal tahun 2015. Saat ini sedang menempuh Skripsi/Tugas Akhir.

**Eka Purnama Harahap**, menempuh pendidikan Strata 1, Jurusan Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raharja. Saat ini masih menempuh pendidikan semester 5 .

**Baiq Aneji Pahad**, menempuh pendidikan Strata 1, Jurusan Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raharja. Saat ini masih menempuh pendidikan semester 5 .

**Andriyanto**, menempuh pendidikan Strata 1, Jurusan Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raharja. Saat ini masih menempuh pendidikan semester 7 dan sedang melaksanakan kuliah kerja praktek (KKP) .

**Ian An Azhari**, menempuh pendidikan Strata 1, Jurusan Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raharja. Saat ini masih menempuh pendidikan semester 7 dan sedang melaksanakan kuliah kerja praktek (KKP)

**Riyan Sindi Saputra**, menempuh pendidikan Strata 1, Jurusan Teknik Informatika Perguruan Tinggi Raha Raja.

Saat ini masih menempuh pendidikan semester 7 dan sedang melaksanakan kuliah kerja praktek (KKP) .

Terlampir Tabel :

**Tabel 1.** Hasil survey dari beberapa orang terdekat tentang peran *e-commerce* ( khususnya bidang *online shop* ) dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

No	Cap Waktu	Nama	Pekerjaan	Apakah Anda pernah berbelanja melalui <i>online shop</i> ?	Menurut Anda seberapa besar peranan teknologi untuk system <i>online shop</i> tersebut ?	Apakah Anda pernah berpikir untuk menjadi seorang penjual <i>online shop</i> ?	Apakah system <i>online shop</i> seperti yang marak sekarang ini dapat mengubah perekonomian kita ? Jelaskan
1.	08/03/2014 13:18:42	Deddy Pratama	Mahasiswa	Pernah	Sangat Besar sekali	Tidak	Ya. Dengan adanya <i>online shop</i> jadi kita tidak perlu repot-repot pergi keluar dan memilih barang lama-lama, cukup dengan melihat dalam katalog saja.
2.	08/03/2014 13:55:33	Silvie Olivia Ardiansyah Widjaya	Lain - lain	Pernah	70%		Bisa, sebab kita mendapatkan penghasilan dari luar pekerjaan kita. <i>Online shop</i> pun cocok untuk ibu rumah tangga dan mahasiswa untuk mendapatkan penghasilan lebih dari penghasilan suami / uang jajan dari orang tua
3.	08/03/2014 15:31:19	Ely Susanti	Mahasiswa	Pernah	Mendukung	Ya	mungkin, karena segala sesuatunya telah dimudahkan dengan <i>online</i> .
4.	08/03/2014 15:38:59	Meriska Gita Jayanti	Lain-lain	Pernah	Sangat besar. Apalagi semakin banyak aplikasi social network yang sangat membantu penyebaran pasar dan promosi OL shop tersebut.	Ya	Bisa. Karena OL shop memungkinkan kita untuk berniaga tanpa perlu menyewa tempat atau bahkan bisa tanpa modal. Siapa pun asalkan punya akses internet bisa mendirikan <i>online shop</i> kapanpun dimanapun.
5.	08/03/2014 16:45:33	Agus Gunawan	Mahasiswa	Penah	Sangat besar dan sangat membantu	Ya	Mungkin bisa dengan lebih di gencarkan ya produk - produk berkualitas apalagi bila produk tersebut buatan dalam negeri sendiri