



PENGANTAR E-COMMERCE

Muhammad Munsarif • Mohamad Arif Suryawan • Markani
Muhammad Resha • Yuswardi • First Wanita
Muhammad Noor Hasan Siregar • Ade Irma Suryani • Nuraida Latif
Abdurrozzaq Hasibuan • Wa Ode Rahma AUM • Yo Ceng Giap
Bonaraja Purba • Agustian Budi Prasetya • Janner Simarmata



PENGANTAR E-COMMERCE

UU 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Perlindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- a. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- b. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- c. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- d. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).

Pengantar E-Commerce

Muhammad Munsarif, Mohamad Arif Suryawan, Markani

Muhammad Resha, Yuswardi, First Wanita

Muhammad Noor Hasan Siregar, Ade Irma Suryani, Nuraida Latif

Abdurrozzaq Hasibuan, Wa Ode Rahma AUM, Yo Ceng Giap

Bonaraja Purba, Agustian Budi Prasetya, Janner Simarmata



Penerbit Yayasan Kita Menulis

Pengantar E-Commerce

Copyright © Yayasan Kita Menulis, 2022

Penulis:

Muhammad Munsarif, Mohamad Arif Suryawan, Markani
Muhammad Resha, Yuswardi, First Wanita
Muhammad Noor Hasan Siregar, Ade Irma Suryani, Nuraida Latif
Abdurrozzaq Hasibuan, Wa Ode Rahma AUM, Yo Ceng Giap
Bonaraja Purba, Agustian Budi Prasetya, Janner Simarmata

Editor: Ronal Watrianthos

Desain Sampul: Devy Dian Pratama, S.Kom.

Penerbit

Yayasan Kita Menulis

Web: kitamenulis.id

e-mail: press@kitamenulis.id

WA: 0821-6453-7176

IKAPI: 044/SUT/2021

Muhammad Munsarif., dkk.

Pengantar E-Commerce

Yayasan Kita Menulis, 2022

xiv; 202 hlm; 16 x 23 cm

ISBN: 978-623-342-399-1 (print)

E-ISBN: 978-623-342-400-4 (online)

Cetakan 1, Februari 2022

- I. Pengantar E-Commerce
- II. Yayasan Kita Menulis

Katalog Dalam Terbitan

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak maupun mengedarkan buku tanpa
izin tertulis dari penerbit maupun penulis

Kata Pengantar

Alhamdulillah, Puji syukur kami panjatkan Kehadirat Allah S.W.T Atas berkat rahmat dan limpahan hidayahNya, penulis berhasil menyelesaikan penulisan buku yang kami beri judul “ Pengantar E-Commerce” dengan sebaik baiknya.

Materi dalam buku ini diharapkan akan memberikan informasi dan membuka mata dan pikiran kita akan perkembangan e-commerce yang luar biasa di Indonesia bahkan dunia. Sehingga kita sebagai bagian dari masyarakat dunia akan bisa mengambil manfaat dan ikut menikmati perkembangan tersebut.

Dalam kesempatan ini Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada teman dan kolega yang memberikan masukan dan dukungan sehingga buku ini berhasil kami selesaikan.

Kami menyadari dalam penulisan buku ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, kami sebagai penulis mengharapkan saran dan kritik untuk mendekati kata kesempurnaan pada pembuatan di kemudian hari. Semoga Allah SWT selalu meridhoi usaha dan upaya yang kita lakukan dan buku ini akan memberikan manfaat yang sebesar besarnya bagi para pembaca khususnya para akademisi dan pelaku usaha .

Medan 30 Januari 2022

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xiii

Bab 1 Pengenalan Konsep Dasar E-Commerce

1.1 Pendahuluan	1
1.2 Pengertian e-Commerce (Electronic Commerce)	2
1.3 Perkembangan dan Potensi E-Commerce	3

Bab 2 Elemen-Elemen dan Cara Kerja Internet

2.1 Elemen-Elemen Internet	9
2.2 Komunikasi Antara Client dan Server	11
2.3 Domain	14
2.4 Identifikasi Teknologi Pengguna	17
2.5 Cara Kerja Internet	22

Bab 3 Manfaat dan Perkembangan E-Commerce

3.1 Pendahuluan	27
3.2 Manfaat E-Commerce	30

Bab 4 Infrastruktur E-Commerce

4.1 Pendahuluan	37
4.2 Jenis Infrastruktur e-Commerce	38
4.3 Infrastruktur e-Commerce Berbasis Komputer	40
4.4 Analisis Data E-Commerce	46
4.5 Kriteria Untuk Memilih Infrastruktur e-Commerce	48

Bab 5 Sistem Transaksi E-Commerce

5.1 Pendahuluan	51
5.2 Sistem Transaksi	52
5.3 Bentuk Bisnis E-Commerce	54
5.4 Sistem Pembayaran	59

Bab 6 Sistem Pembayaran Untuk E-Commerce

6.1 Pendahuluan.....	61
6.2 Jenis Sistem Pembayaran Untuk E-Commerce.....	62
6.2.1 Pembayaran Kartu Kredit/Visa.....	62
6.2.2 Transfer Bank.....	64
6.2.3 Debit Visa.....	65
6.2.4 Rekening Bersama.....	66
6.2.5 Cash on Delivery (COD)	68
6.2.6 E-Wallet.....	69
6.2.7 Tunai di Gerai Retail	70

Bab 7 Strategi Pengembangan E-Commerce

7.1 Pendahuluan.....	73
7.2 Alat dan Perencanaan Strategi E-Commerce	75
7.3 Strategi Pemasaran E-Commerce.....	78
7.3.1 Merevolusi Strategi.....	78
7.3.2 Strategi Pemasaran	80

Bab 8 Faktor Keberhasilan dan Hambatan E-Commerce

8.1 Pendahuluan.....	83
8.2 Faktor Keberhasilan E-Commerce.....	87
8.3 Faktor Hambatan E-Commerce	90

Bab 9 Keamanan E-Commerce

9.1 Pendahuluan.....	93
9.2 Bentuk-Bentuk Pengamanan Pada E-Commerce	94

Bab 10 Supply Chain Management Dalam E-Commerce

10.1 Definisi Supply Chain Management.....	103
10.2 Manfaat Supply Chain Management	106
10.3 Prinsip-Prinsip Supply Chain Management	108
10.4 Persyaratan Penerapan Supply Chain Management	111
10.5 Peran Teknologi Internet.....	113
10.6 Jenis-Jenis E-Commerce.....	119
10.7 Keamanan E-Commerce.....	124

Bab 11 Tools Internet Marketing

11.1 Pendahuluan.....	131
11.2 Jenis Tools Internet Marketing	132

Bab 12 Model Bisnis dan Proses Bisnis E-Commerce

12.1 Pendahuluan.....	141
12.2 Model Bisnis E-Commerce	142
12.3 Proses Bisnis E-Commerce	147

Bab 13 Solusi dan Keberlanjutan E-Commerce

13.1 Pendahuluan.....	149
13.2 Solusi E-Commerce	151
13.3 Keberlanjutan E-Commerce	156

Bab 14 Etika dan Aspek Hukum E-Commerce

14.1 Pendahuluan.....	159
14.2 Etika, Ancaman Moral, dan Teknologi E-Commerce.....	162
14.3 Dimensi Etika Teknologi E-Commerce	166
14.4 Dimensi Moral dan Hukum Teknologi E-Commerce.....	168
14.5 Konsep Etika Manajerial dan Aspek Hukum.....	171

Bab 15 Model dan Aplikasi E-commerce lainnya

15.1 Model E-Commerce.....	175
15.2 Aplikasi E-commerce.....	180

Daftar Pustaka	183
Biodata Penulis	195

Daftar Gambar

Gambar 2.1: Struktur Dasar HTML	18
Gambar 2.2: Tampilan Tag HTML di Web Browser	19
Gambar 3.1: Persentase Usaha E-Commerce Menurut Umur Penanggung Jawab/Pemilik Usaha	35
Gambar 3.2: Persentase Usaha E-commerce Menurut Media Penjualan.....	36
Gambar 4.1: Perangkat lunak Infrastruktur E-Commerce.....	41
Gambar 4.2: Diagram Infrastruktur E-Commerce	47
Gambar 5.1: Sistem Transaksi E-commerce	51
Gambar 5.3: Bisnis e-Commerce	54
Gambar 5.4: Business-to-Consumer (B2C).....	54
Gambar 5.5: Business-to-Consumer (B2C).....	55
Gambar 5.6: Consumer-to-Consumer (C2C)	56
Gambar 5.7: Consumer-to-Business (C2B).....	56
Gambar 5.8: Business-to-Administration (B2A)	57
Gambar 5.9: Consumer-to-Administration (C2A).....	58
Gambar 5.10: Online-to-Offline (O2O)	59
Gambar 7.1: Top Marketplace di Indonesia	74
Gambar 8.1: Struktur Sistem E-Commerce Berbasis Web	86
Gambar 9.1: Solusi Keamanan Pada E-Commerce Memanfaatkan SSL	95
Gambar 9.2: Cara Kerja Firewall Untuk Pengamanan Pada E-Commerce ..	96
Gambar 9.3: Ilustrasi Prinsip Kerja Teknologi NFC.....	99
Gambar 9.4: Pemanfaatan NFC Sensor Pada Keamanan E-Commerce	100
Gambar 10.1: Aliran Barang.....	105
Gambar 11.1: Tampilan Website Shopee Via Desktop dan Mobile.....	133
Gambar 11.3: Tools Internet Marketing	135
Gambar 11.3: Tiga Fase Bekerja Dengan Sosial Media.....	139
Gambar 12.1: Ralali.com	142
Gambar 12.2: Bhinneka.com	143
Gambar 12.3: Olx.com	144
Gambar 12.4: Forum Jual Beli Kaskus	144
Gambar 12.5: Freelancer	145

Gambar 12.6: Upwork.....	145
Gambar 12.7: Website Layanan Pajak.....	145
Gambar 12.8: Layanan BPJS.....	146
Gambar 12.9: Layanan Transportasi Online.....	146
Gambar 12.10: Proses Bisnis E-Commerce	147
Gambar 13.1: Perbedaan E-Commerce dan E-Bisnis.....	151

Daftar Tabel

Tabel 2.1: Contoh IP Address 32 bit	12
Tabel 2.2: Contoh Tag Dalam HTML	18
Tabel 15.1: Model - model E-Commerce	176
Tabel 15.2: Bentuk-Bentuk Interaksi di Dunia Bisnis	179

Daftar Pustaka

- Abdurrozzaq dkk (2021) Manajemen Logistik dan Supply Chain Management. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Abdurrozzaq Hasibuan, D. N. dkk (2021) Kewirausahaan. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Aco, A., & Endang, H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Jurnal INSYPRO (Information System and Processing), 2(1).
- Adam Lutfi Kusumatriana, A. S. (2021). Statistik E-Commerce 2021. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia. Retrieved from <https://www.bps.go.id/>
- Adiningsih, Sri (2019) Indonesia's Digital Based Economic Transformation, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Aini, F., (2020). Pengaruh Perkembangan E-Commerce dan Infrastruktur Telekomunikasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun 2001-2018. Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah, (-), pp. -.
- Alfiah, F., Tarmizi, R., & Junidar, A. A. (2020). Perancangan Sistem E-Commerce Untuk Penjualan Pakaian Pada Toko a&S. ICIT Journal, 6(1), 70–81. <https://doi.org/10.33050/icit.v6i1.862>
- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Pembelajaran Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah. Jurnal Komunikasi Pendidikan, 2(1), 77. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.67>
- Arifin, H., (2011). Kitab Suci Jaringan Komputer dan Koneksi Internet. Mediakom, Yogyakarta.

- Astuti, W & Diansyah (2022), 'The Influence of e- Commerce and E- Payment on Purchasing Decisions : Fashion Model as A Moderating Variable', *Resolusi*, vol 5, pp. 26-37.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311-324.
- Azhari, A.L., Tanone, R., (2017). Analisis Penerapan Single Page Application Menggunakan Teknologi AJAX dan REST API (Studi Kasus : Sistem Informasi Reservasi Wisma Tamu UKSW). *J. Tek. Inform. Dan Sist. Inf.* 3, 116–126. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v3i1.658>
- Aziz, F. (2018). Rancang bangun aplikasi layanan e-commerce tempat oleh-oleh wisata Anyer. *ProTekInfo (Pengembangan Riset dan Observasi Teknik Informatika)*, 5.
- Barrientos, L. G., Sosa, E. R. C., & Castro, P. E. G. (2012). Considerations of e-commerce within a globalizing context. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 16(1), 101-110.
- Basmar, E., Purba, B., Damanik, D., et al. (2021) *Ekonomi Bisnis Indonesia. Yayasan Kita Menulis*.
- Basmar, E., Purba, B., Nugraha, N. A., et al. (2021) *Perekonomian dan Bisnis Indonesia. Yayasan Kita Menulis*.
- Belalawe, M. M. (2013). Tinjauan keamanan sistem transaksi dan pembayaran Pada e-commerce (Studi Kasus: Toko Online [www. buahonline. com](http://www.buahonline.com)). In *Jurnal Seminar Nasional Yogyakarta ISSN* (pp. 2089-9815).
- BPK RI, JDIH. “Peraturan BI No. 14/2/PBI/2012 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 tentang Penyelenggaraan Kegiatan Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu [JDIH BPK RI].” Diakses 4 Januari 2021.
- Brien, James O’, & Marakas, George (2011) *Management Information Systems*. USA: McGraw-Hill/Irwin
- Burgelman & P., D. (2001). The Impact of E-commerce on The Value Chain. *The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunication, Information and Media*, 485-497.
- Buss, A. & Strauss, N. (2009). *The online communities handbook: building your business and brand on the web*. USA: New Riders.

- Cerdasco (2019) Consumer-to-consumer (C2C) – Cerdasco. Tersedia pada: <https://cerdasco.com/consumer-to-consumer-c2c/> (Diakses: 2 Februari 2022).
- Chopra, S., and Meindl, P. (2001). Supply chain management: Strategy, planning, and operations. New Jersey - Prentice-Hall.
- Danisworo, Muhammad Ryandaru dan Prasetya, Agustian Budi (2021) “Implementing Prohibition of Hate Speech under Article 28(2) of Indonesian Electronic Information and Transaction Law, The Proceedings of the 2nd International Conference on Law and Human Rights 2021 (ICLHR 2021) The Agency of Research and Development of Law and Atlantis Press Publication
- Darmadi, E.A., (2019). Manajemen Bandwidth Internet Menggunakan Mikrotik Router di Politeknik Tri Mitra Karya Mandiri. J. IKRA-ITH Teknol. 3, 7–13.
- Drucker, P.F. (1996). Inovasi dan Kewirausahaan Praktek dan Dasar-Dasar. Jakarta: Erlangga.
- Dwijayanti, A. and Pramesti, P. (2020) ‘Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19’, Ikra-Ith Abdimas, 4(2), pp. 68–73.
- Efendi, I., (2018). Pengertian dan Jenis-Jenis Address.
- Eka Pratama, I. A. (2015). E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce. Bandung: Informatika Bandung.
- Eley, B. & Tilley, S. (2009). Online Marketing Inside Out. Australia: Site Point Pty Ltd.
- 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.
- Febriantoro, W. (2018) ‘Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia’, Jurnal MANAJERIAL, 17(2), p. 184. doi: 10.17509/manajerial.v17i2.10441.

- Febriantoro, W. (2018) 'Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia', Jurnal MANAJERIAL, 17(2), p. 184. doi: 10.17509/manajerial.v17i2.10441.
- Ferinia, R. et al. (2020) Komunikasi Bisnis. Yayasan Kita Menulis.
- Ghillyer, A. (2013) Business Ethics Now. McGraw-Hill.
- Gil-Or, O. (2010a). Building consumer demand by using viral marketing tactics within an online social network. *Advances in Management*, 3(7), 7-14.
- Gits (2021) 10+ Contoh Aplikasi E-commerce dan Website di Indonesia - GITS.ID. Tersedia pada: <https://gits.id/blog/contoh-aplikasi-e-commerce-website/> (Diakses: 3 Februari 2022).
- Grant, R. (2021) Tips Dan Strategi Pengembangan E-Commerce Dari Pakar, barteritonline.
- Halbert, Terry, Ingulli, Elaine (2018) Law and Ethics in the Business Environment, Boston: Cengage
- Hanif, H. (2021) Strategi e-Commerce 2021 untuk Kembangkan Bisnis Online Anda, compas. Available at: <https://compas.co.id/article/strategi-e-commerce/>.
- Hardiansyah, F. (2021) Pengertian Customer To Business (C2B) Adalah? Dan Contohnya - Belajar Ekonomi. Tersedia pada: <https://belajarekonomi.com/customer-to-business-c2b/> (Diakses: 2 Februari 2022).
- Hasan, A & Reza, T (2021), 'Analisa Penerapan Sistem Pembayaran Cash On Delivery (COD) Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Aplikasi Marketplace Toko Deal of The Day ', Jurnal Administrasi Bisnis, vol 1 (2), pp. 114-118.
- Hendarsyah, D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dan Keamanan Kartu Kredit Perbankan. JPS (Jurnal Perbankan Syariah), 1(1), 85-96.
- Hossain, M. S dan Rahman, M. F. (2017). "Tools of Internet Marketing," *International Journal of Science and Bussiness*, Vol. 1, Hal. 1-7.
- Ilya, A., & Triyono, T. (2021). EKOSISTEM FINTECH DI INDONESIA.

- Indihome, I., (2020). Internet Broadband Terbaik Pilihan Keluarga Anda. URL <https://indihome.co.id/blog/internet-broadband-terbaik-pilihan-keluarga-anda>
- Indonesia, C. (2021) '88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce'. Available at: [https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce#:~:text=%2288%2C1 persen pengguna internet,Kamis \(11%2F11\).](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce#:~:text=%2288%2C1%20persen%20pengguna%20internet,Kamis%20(11%2F11).)
- Indra, I., (2022). Niagahoster. [Online] Available at: <https://www.niagahoster.co.id/blog/firewall-adalah/> [Accessed 15 Januari 2022].
- Jemadu, L. (2021) BI: Volume e-Commerce di 2022 Akan Naik Jadi Rp 530 Triliun, suara.com. Available at: <https://www.suara.com/tekno/2021/12/17/202318/bi-volume-e-commerce-di-2022-akan-naik-jadi-rp-530-triliun>.
- Jony, J. et al. (2021) Pemasaran Usaha Kecil Menengah. Yayasan Kita Menulis.
- Kao, John. (1989). Entrepreneurship, Creativity and Organization, Taxes, Cases and Readings, Englewood cliffs, New Jersey, Prentice Hall.
- Karuniawati, F., & Amadi, D. N. (2016, October). PEMANFAATAN METODE COBIT 4.1 UNTUK STANDARISASI SISTEM E-COMMERCE CUSTOMER TO CUSTOMER. In Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan (pp. 7-12).
- Kasali, R., Nasution, A. H., Purnomo, B. R., Ciptarahayu, A., Mirzanti, I. R., Rustiadi, S., et al. (2012). Modul kewirausahaan untuk Program S1. Jakarta: PT Mizan Publika.
- KatadataInsightCenterdanSIRCLO. (2021). SIRCLO dan Katadata Insight Center (KIC). Retrieved from <https://www.sirclo.com/>
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2013) 'Principles of Marketing (16th Global Edition)'. Harlow: Pearson.
- Kramer, J., (2012). Web Tools & Infrastructure : Understanding Domain Names [WWW Document]. Watch Internet Fundam. Course. URL <https://internetfundamentals.com/watch/>

- Kurniady, R. and Mariah (2016) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jaminan Keamanan Dalam Transaksi Dengan Menggunakan Sistem E-Commerce Pada Bajiki Store Makassar', *Manajemen Pemasaran*, 2(2), pp. 664–676.
- Kurniawan, B. (2021) '7 Jenis E-Commerce Berdasarkan Model Bisnisnya'. Available at: <https://komerce.id/blog/jenis-jenis-e-commerce/>.
- Laudon, K. C. (2008) *E-commerce: business, technology*. Pearson India.
- Laudon, Kenneth C, dan Traver, Carol G. (2021) *E-commerce 2020-2021: Business, technology, Society*. Pearson
- Lawrence, Anne T. (2017) *Business And Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy*, New York: McGraw Hill Education
- Leon, A (2020), 'Model Transaksi Keuangan Perdagangan Elektronik (E-Commerce Financial Transaction Model)', in A Rikki (ed.), *Perdagangan Elektronik: Berjualan di Internet*, Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Magdalena, H., & Irawadi, S. (2018). Analisis Faktor – Faktor Pendukung atau Penghambat Pelaku Bisnis UMKM di Bangka Belitung dalam Memanfaatkan E-Commerce. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 17(1), 16. <https://doi.org/10.25077/josi.v17.n1.p16-25.2018>
- Mardia, M. et al. (2021) *Bisnis dan Ekonomi Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Maulana, A.J., (2012). *Perencanaan Desain Jaringan Metro FTTH di Universitas Indonesia*. Prodi Teknik Elektro Universitas Indonesia.
- McLeod Jr, R. and Schell, G. P. (2008) 'Sistem Informasi Manajemen Edisi 10', Jakarta: Salemba Empat.
- Mewoh, FM, Tampi, JR & Mukuan, DD (2019), 'Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Squar', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol 5 (2), pp. 35–42.
- Mufadhol, M., (2008). *Networking & Internet*, 1st ed. Semarang University Press, Semarang.
- Mulyasari, H., Dan, T. T. B., & Wijaya, A. B. M. (2014). Analisis Jenis Sistem Pembayaran Digital Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Komun*, 166–173.

- Mumtahana, H. A., Nita, S. and Tito, A. W. (2017) 'Pemanfaatan Web E-Commerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran', *Khazanah Informatika: Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*, 3(1), p. 6. doi: 10.23917/khif.v3i1.3309.
- Muttaqin, A. (2011). Transaksi e-commerce dalam tinjauan hukum jual beli islam. *Ulumuddin Journal of Islamic Legal Studies*, 7(1).
- Narendra Agrawal, Sthepen A. Smith, (2008), *Retail Supply Chain Management, Quantitaives Model and Empirical Studies*, Springer.
- Nayoan, A. (2020) 4 Model Bisnis Ecommerce yang Harus Anda Ketahui. Tersedia pada: <https://www.niagahoster.co.id/blog/model-bisnis-ecommerce/> (Diakses: 2 Februari 2022).
- Nugroho, A (2006), *E-Commerce Memahami Perdagangan Modern Di dunia Maya*, Pertama edn, Informatika Bandung, Bandung.
- Nur Fadila, U., Maria Astuti, H., & Artwodini Muqtadiroh, F. (2014). Analisis faktor kesuksesan e-commerce pada umkm (usaha mikro kecil menengah) di jawa timur. *Jurnal Teknik POMITS*, 1(1), 1–6.
- Nurpandi, F., Liki, D.M.R., (2021). Perancangan dan Pembangunan Aplikasi Electronic Menu Restoran. *Media J. Inform.* 13, 1–11.
- Nurwasito, H. (2012). Sistem Transaksi Pembayaran Food Court Dengan Teknologi E-Card. *Jurnal EECCIS*, 3(2), 41–47.
- Nurzakka, M (2021), 'Fenomena Kartu Kredit Dalam Tinjauan Hadis', *Jurnal Of Islamic Discourse*, vol 4 (1), pp. 42–60.
- Pahlawan, F., Cahyasiwi, D.A., Fayakun, K., (2017). Perancangan Jaringan Akses Fiber To The Home (FTTH) Menggunakan Teknologi Gigabit Passive Optical Network (GPON): Studi Kasus Perumahan Graha Permai Ciputat, in: *Prosiding Seminar Nasional TEKNOKA*. Presented at the Seminar Nasional TEKNOKA, Fakultas Teknik Uhamka, p. E 47–E 54.
- Pembinaan Bahasa, B.P., (2016). KBBI Daring [WWW Document]. URL <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/internet>
- Pluang (2020) Business-to-Consumer (B2C). Tersedia pada: <https://pluang.com/id/blog/glossary/business-to-consumer> (Diakses: 2 Februari 2022).

- Populix (2021) 5 E-commerce Indonesia Paling Banyak Dikunjungi Menurut Data. Tersedia pada: <https://www.info.populix.co/post/ecommerce-indonesia> (Diakses: 3 Februari 2022).
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi jenis-jenis bisnis e-commerce di Indonesia. *Neo-Bis*, 9(2), 32-40.
- Pradana, M. (2017). Klasifikasi bisnis e-commerce di Indonesia.
- Prasetya, Agustian (2021) “Pergeseran Lingkungan Bisnis dan Area Perbatasan,” *Jurnal Ilmiah Kajian Keimigrasian*, Vol.4 No. 2 hal. 125-135
- Pujawan, I Nyoman dan Mahendrawathi ER. (2010). *Supply Chain Management Edisi Kedua*. Penerbit Guna Widya, Surabaya.
- Rahardian, L. (2021) ‘Pengguna Aktif Tokopedia Tembus 100 juta’. Available at: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211207135027-37-297342/pengguna-aktif-tokopedia-tembus-100-juta>.
- Rahma Putra, A. (2020) ‘STRATEGI E-COMMERCE’.
- Rahmidani, R. (2015) ‘Penggunaan E-Commerce Dalam Bisnis Sebagai Sumber Keunggulan Bersaing Perusahaan’, *Jurnal SNEMA-2015 Padang-Indonesia*, (c), p. 346. Available at: [http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26_Rose_Rahmidani_\(hal_344-352\)_0.pdf](http://fe.unp.ac.id/sites/default/files/unggahan/26_Rose_Rahmidani_(hal_344-352)_0.pdf).
- Ramadhani, F. (2021) Ini 5 Faktor Pesatnya Perkembangan E-Commerce di Indonesia, *compas*. Available at: <https://compas.co.id/article/perkembangan-e-commerce/>.
- Ramadhayanti, A., (2019). Analisis Gaya Komunikasi Pemasaran Online dan Pengembangan Infrastruktur E-Commerce terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(3), pp. 216-229.
- Ranatarisza, M. M., & Noor, M. A. (2013). *Sistem Informasi Akuntansi pada Aplikasi Administrasi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Razdan, R., Das, M. and Sohoni, A. (2013) ‘The evolving Indonesian consumer’, Retrived from: <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-evolving-indonesian-consumer>.

- Rheny, S., 2022. Domain adalah: Berikut Fungsi, Cara Membuat, dan 5 Tipenya [WWW Document]. URL <https://www.ekrut.com/media/domain-adalah>
- Richardus Eko Indrajit dan Richardus Djokopranoto, (2002), Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang, Jakarta: Gramedia Widayarsana Indonesia.
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., ... & Simarmata, J. (2019). E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya. Yayasan Kita Menulis.
- Ryan, D. & Jones, C. (2009). Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging
- Sakti, E. M., & Basry, A. (2015). Aplikasi Rekening Bersama Sebagai Mediasi Pembeli-Penjual dalam Transaksi Online Store. Jurnal Ilmiah Mercubuana FIFO, 7(1).
- Samuel Y. Warella, A. H. dkk (2021) Manajemen Rantai Pasok. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sandhusen, R. (2008) "Marketing. Hauppauge, NY: Barron's Educational Series," A Handbook for Researchers and Practitioners, Kluwer Academic Publishers, Norwall, MA, hal. 520.
- Saptono, P. B. (2017) "Buku Pintar Pajak." Jakarta: PT Pratama Indomitra Konsultan.
- Saputra, I. G. N. I., Sasmita, G. M. A., & Wiranatha, A. A. K. A. C. (2017). Pengembangan Sistem Keamanan untuk E-Commerce. Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi), 5(1), 17.
- Basri, H. (2013) "Landasan pendidikan," Bandung: Pustaka Setia.
- Sari, C, Effendy, F, Sudarso, A, A. Abdillah, L, Fadhillah, Y, Fajrillah, F, Setiawan, YB, Simarmata, J, Watrianthos, R & Jamaludin, J (2020), Perdagangan Elektronik: Berjualan di Internet, Yayasan Kita Menulis, Medan.
- Sari, M. W., SE, M., & Andry Novrianto, S. E. (2020). Kenali...!! Bisnis, Di Era Digital" Financial Technology". CV. Insan Cendekia Mandiri.
- Schneider, GP (2017), Electronic Commerce, 12th edn, Boston, MA, USA : Cengage learning.
- Scott, D. M. (2017). "The New Rules of Marketing and PR (7th edition)." JAV.

- Septiyani, N. (2020). 260-1015-1-Pb. 2(1), 1–7.
- Shinta (2021) Pemasaran E-commerce: 20 Tips Tingkatkan Penjualan, Zyro. Available at: <https://zyro.com/id/blog/pemasaran-ecommerce/>.
- Sivasakthi, S. (2018). E-COMMERCE IN TECHNOLOGICAL VIEW. International Journal of Research and Analytical, 90.
- Softwareseni (2021) Model Bisnis eCommerce. Tersedia pada: <https://www.softwareseni.co.id/blog/5-model-bisnis-ecommerce-b2b-b2c-c2c-c2b-b2g> (Diakses: 2 Februari 2022).
- Statista (2020) eCommerce (Indonesia). Available at: <https://www.statista.com/outlook/243/120/ecommerce/indonesia>.
- Stephanie, K. (2021) 10 Tips Sukses Mengembangkan eCommerce Dari Pakar eCommerce Dunia, KoinWorks.
- Stokes, R. (1995). “Emarketing”. Рипол Классик. P.2
- Stokes, R. (2022). “eMarketing - The Essential Guide to Marketing in a Digital World.” Libretext.
- Sturiene, U. (2019) “Internet Marketing Tools,” 14th Prof. Vldas Gronskas International Scientific Conference.
- Suara.com, (2022). Suara.com. [Online] Available at: <https://www.suara.com/tekno/2021/12/17/202318/bi-volume-e-commerce-di-2022-akan-naik-jadi-rp-530-triliun> [Accessed 15 Januari 2022].
- Sucahyowati, H. (2011) ‘MANAJEMEN RANTAI PASOKAN (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT)’, 13(Pebruari), pp. 20–28.
- Sudarso, A. et al. (2020) Konsep E-Bisnis. Yayasan Kita Menulis.
- Sudhamek, AWS. (2020) Mindfulness-Based Business: Berbisnis dengan Hati, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sukmana, Y. (2021) Nilai Transaksi ‘E-commerce’ Diprediksi Capai Rp 530 Triliun pada 2022, Kompas. Available at: <https://money.kompas.com/read/2021/11/25/151326626/nilai-transaksi-e-commerce-diprediksi-capai-rp-530-triliun-pada-2022>.
- Sulasih, S. et al. (2021) Studi Kelayakan Bisnis. Yayasan Kita Menulis.

- Suparta, I. W. (2018) 'Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Bandar Lampung'.
- SupplyChainIndonesia. (2020, Februari). Retrieved from <https://supplychainindonesia.com/>
- Sutrisno, J. (2011) 'Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce Dengan Metode Swot: Studi Kasus: Pt. Chingmix Berhan Sejahtera', *Jurnal TELEMATIKA MKOM*, 3(2), pp. 44–50.
- Suyanto. (2003). *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan*. Top. Yogyakarta: ANDI.
- the digital generation. London and Philadelphia: Kogan Page.
- Triyono, J., Haryani, P., (2017). Konsep Membangun Aplikasi Front End Berbasis Web AppML (Application Modeling Language), in: *Prosiding SENSEI*. Presented at the Seminar Nasional & Call for Paper: Pengembangan Smart City menuju Pembangunan Kota yang Cerdas dan Berkelanjutan, Universitas Muhamadiyah Jember.
- Turban, EEA (2018), 'Electronik Commerce', in *A Managerial and Social Network Perspective*, 9th edn, Switzerland: Springer International Publishing AG.
- Wajong, A. M. R., & Putri, C. R. (2010). Keamanan dalam Electronic Commerce. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 1(2), 867-874
- Wan, X., & Chen, J. (2019). The relationship between platform choice and supplier's efficiency-evidence from China's online to offline (O2O) e-commerce platforms. *Electronic Markets*, 29(2), 153-166.
- Wardy, I. S. (2021) *Strategi Pemasaran E-commerce Terbaik yang Meningkatkan Penjualan*, gits.id.
- Weiss, Joseph H. (2009) *Business Ethics: a Stakeholders and Issues Management Approach*, Mason: South-Western Cengage Learning
- Wibowo, A.T., Wiguna, A.S., (2019). Pemanfaatan Teknologi Single Page Application (SPA) dalam Pembuatan Aplikasi Feedback Dosen dari Mahasiswa Sebagai Bentuk Pengawasan Lembaga Terhadap Kinerja Dosen di Bidang Pengajaran. *SMARTICS J. Malang Jawa Timur Indones.* 5, pp.34-43. <https://doi.org/10.21067/smartics.v5i1.3327>

- Wibowo, R. (2015). Kesuksesan E-commerce (OnlineShopping) Melalui Trust Dan Customer Loyalty. *Ekonomi Bisnis*, 20(1), 8–15. <http://journal.um.ac.id/index.php/ekobis/article/view/5078>
- Widiyanto, A. (2015) ‘LKP: Pembuatan Website Penjualan Dengan Menggunakan CMS Opensource Wordpress yang Ditujukan Kepada CV. Databaru Komputer’, pp. 11–13. Available at: https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2200/5/BAB_III.pdf.
- Wiguna, A. Y. (2019). Pembangunan Aplikasi Untuk Menentukan Lokasi Pertemuan Antara Pembeli Dan Penjual Pada Transaksi Cash On Delivery (Cod) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Wijaya, A. et al. (2021) Ilmu Manajemen Pemasaran: Analisis dan Strategi. Yayasan Kita Menulis.
- Wijaya, I. D. P. A. et al. (2021) ‘Analisis Strategi Pemasaran UMKM Dimasa Pandemi Melalui Fitur TopAds Pada e-Commerce (Analysis of MSME Marketing Strategies During the Pandemic Period through the TopAds Feature in e-Commerce)’, Seminar Nasional Desain, 1, pp. 1–8.
- Wijonarko, D., Aji, R.F., (2018). Perbandingan Phonegap dan React Native Sebagai Framework Pengembangan Aplikasi Mobile. *J. Manaj. Inform. Sist. Inf.* 1, 1–7. <https://doi.org/10.36595/misi.v1i2.34>
- Wirapraja, A. and Aribowo, H. (2018) ‘Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Bisnis’, *Teknika*, 7(1), pp. 66–72.
- Wirapraja, A. et al. (2021) Manajemen Pemasaran Perusahaan. Yayasan Kita Menulis.
- Wirdasari, D. (2009) ‘Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis’, *Jurnal SAINTIKOM*, 7(2), pp. 324–335.
- Yolanda M. Siagian, Cetakan II (2007), Aplikasi Supply Chain management dalam Dunia Bisnis, Grasindo Barry Render, Jay Haeizer, 2001, Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi, Salemba Empat.
- Zuhro, A. (2018). Analisis penerapan sistem pembiayaan pada Kredit Pemilikan Rumah (KPR) pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Biodata Penulis



Muhammad Munsarif lahir di Demak, pada 14 Maret 1972 Sejak tahun 2018 menjadi Konsultan Digital Marketing ,Ketua Lembaga Media Center dan dosen tetap S1 Informatika di Universitas Muhammadiyah Semarang (UNIMUS) .Pendidikan S1 Sistem Informasi ,S2 Teknik Informatika dan S3 Computer Vision Universitas Dian Nuswantoro semarang (UDINUS) . Penulis memiliki keahlian pada bidang tecknopreneurship,Computer vision ,Digital marketing ,SEO Specialist, Data science dan Sistem Informasi.Memiliki hobby Olahraga dan menulis . Beberapa karya yang telah di buat adalah Kewirausahaan dan Bisnis Online,RD&D Literature Review for Development of a Digital Platform for the Learning Supervision Evaluation Model (MESp),Tourism Marketing,Sistem Basis Data Lanjutan,Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia.



Mohamad Arif Suryawan, S.Kom.,M.T.,MTA. lahir di Bau-Bau, pada tanggal 24 Februari 1978. Menyelesaikan pendidikan SD hingga SMA di Kota kelahiran, hingga pada tahun 1997 melanjutkan pendidikan S-1 di Universitas Dr. Soetomo (Unitomo) Surabaya, dan lulus pada tahun 2002. Kemudian melanjutkan pendidikan S2 pada prodi Teknik Elektro konsentrasi Teknik Informatika di Universitas Hasanuddin Makassar dan lulus pada tahun 2015. Sebelum menjadi dosen tetap penulis memiliki pengalaman menjadi dosen tidak tetap pada prodi Teknik Informatika Unitomo dan juga menjadi GIS Assitant pada perusahaan yang bekerja sama dengan Kementerian Kelautan dan Perikanan pada proyek pemetaan wilayah pesisir dan laut Provinsi Sulawesi Selatan dengan tugas sebagai instruktur GIS. Saat ini penulis sebagai dosen tetap pada Prodi Teknik Informatika Universitas Dayanu Ikhsanuddin Baubau Sultra sejak

Prodi Teknik Informatika berdiri pada tahun 2009. Penulis mengajar matakuliah GIS, Kecerdasan Buatan dan Struktur Data. Buku Pengantar e-commerce ini adalah buku pertama penulis.



Markani, S. Kom., M. Pd berasal dari Propinsi Sulawesi Selatan tepatnya dari Kabupaten Bulukumba Kecamatan Bulukumpa Desa Bontominasa, anak dari pasangan bapak Pato bin Maddu dan Ibu Halima binti Hammado. Saat ini tercatat sebagai Dosen Tetap STMIK AKBA dari tahun 2011 dan Alhamdulillah sedang melanjutkan pendidikan S3 di Universitas Negeri Makassar pada program studi Pendidikan Vokasi Keteknikan Angkatan 2020.



Muhammad Resha lahir di Ujungpandang, pada 10 Februari 1975. Ia tercatat sebagai lulusan Pasca Sarjana Universitas Gunadarma tahun 2004. Lelaki yang kerap disapa Resha ini adalah anak dari pasangan M Sardin (ayah) dan Husniar Husain(Alm) (ibu). Muhammad Resha bukanlah orang baru di dunia Teknologi Informasi. Ia membangun Usaha Teknologi Informasi sejak tahun 2006 dan sampai sekarang memiliki Tim IT Software Development. Selain itu aktif sebagai Dosen Pengajar di STMIK Akba Program Studi Teknik Informatika.



Yuswardi, S.T., M.T dilahirkan di Sigli, Pidie, Aceh, pada tanggal 12 Oktober 1986 Sarjana alumni Fakultas Teknik program Studi Teknik Informatika Lulus Tahun 2010 Universitas Jabal Ghafur. Sedangkan Magister selesaikan pada tahun 2016 di program Pascasarjana Magister Teknik Elektro Bidang Kosentrasi Teknologi Informasi Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. Saat Ini aktif Mengajar di universitas Swasta.

First Wanita ST.,M.Kom Lahir di soroako tanggal 03 Juli 1983, Sulawesi Selatan. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Universitas TRISAKTI Jakarta jurusan teknik informatika dan menyelesaikan pendidikan Magister pada Sistem Komputer STMIK HANDAYANI. Saat ini sementara menempuh pendidikan S3 pada program studi Pendidikan vokasi Keteknikan Universitas negeri Makassar berprofesi sebagai Dosen pada STMIK AKBA. Matakuliah yang pernah diajarkan yakni Analisis dan Perancangan Sistem, Interaksi Manusia dan Komputer, Kecerdasan Buatan, Pemeliharaan sistem Informasi, Kriptografi, Audit Sistem Informasi, Tatakelola sistem Informasi dan Managament Project Sistem Informasi.



Muhammad Noor Hasan Siregar, sarjana Teknik Industri Universitas Andalas (UNAND) Padang, Magister Ilmu Komputer Universitas Putra Indonesia “YPTK” (UPI) Padang. Sekarang Bekerja sebagai Dosen Ilmu Komputer, Faklutas Teknik Universitas Graha Nusantara Padangsidimpuan.

Informasi lebih lanjut dapat dilihat melalui blog di URL <http://noorsrg.com> dan bisa dihubungi melalui email noor.siregar@gmail.com



Ade Irma Suryani, S.Kom, M.Kom lahir di inderapura, Pesisir Selatan. 11 Desember 1989, Menyelesaikan pendidikan S1 pada tahun 2011 dengan program studi Sistem Informasi dan pada tahun 2013 sudah menyelesaikan kuliah Megister Ilmu komputer di UPI YPTK Padang. 16 November 2013 Penulis di terima menjadi dosen tetap dikampus STMIK Indonesia Padang sampai sekarang ini.



Nuraida Latif lahir di Kabupaten Enrekang Sulawesi selatan, tepatnya di Kalosi, merupakan anak pertama dari pasangan Abd. Latif Dewang dan Nurahma. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Muslim Indonesia dan S2 di STMIK Handayani Makassar. Saat ini sebagai dosen tetap STMIK AKBA. Aktif menulis buku baik buku ajar maupun buku monograf.



Ir. Abdurrozzaq Hasibuan, MT., IPM Lahir di Medan. Lulus dari Politeknik Universitas Syiah Kuala Lhokseumawe, Diploma III (D-III), Jurusan Teknik Mesin, Program Studi Produksi, pada tahun 1992; Gelar Sarjana Teknik (S-1), (Insinyur) Industri diperoleh dari Institut Teknologi Medan (ITM) Medan pada tahun 1997; dan Gelar Magister Teknik (S-2) Program Studi Teknik Industri dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya pada tahun 2001. Mengikuti Pendidikan Dasar Keprajuritan (MENWA) di Banda Aceh; Dosen Tetap Yayasan Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Medan. Jabatan yang pernah dipegang Centre for Health Services (Pusat Kajian Layanan Kesehatan) dan K3 sebagai

Bendahara tahun 2006 s.d 2010, Dewan Riset Daerah Sumatera Utara (DRD-SU) sebagai Sekretaris Eksekutif tahun 2008 s.d 2009, Peneliti di Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sumatera Utara Bidang Sumber Daya Alam dan Maritim, Tenaga Ahli 2009 s.d 2011, BAPPEDA Kota Medan (Menyusun Master Plan Sosbud Kota Medan), Tenaga Ahli tahun 2009 s.d 2010, Tim Seleksi Anggota Dewan Riset Daerah Sumatera Utara (DRD-SU) Periode Tahun 2009 s.d 2014, pada tahun 2009 s.d 2014 sebagai Sekretaris Eksekutif Dewan Riset Daerah Sumatera Utara (DRD-SU). Tahun 2008 s.d 2010 Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Islam Sumatera Utara (UISU), Tahun 2010 s.d 2016 Kepala Biro Akademik dan Kemahasiswaan (BAA-K) UISU, Tahun 2019 Sekretaris Eksekutif Dewan Riset Daerah Sumatera Utara (DRD-SU). Menulis Buku sejak tahun 2010 sampai sekarang.



Wa Ode Rahma Agus Udaya Manarfa lahir di Baubau, pada 13 April 1991. Ia menempuh pendidikan Sarjana di Program Studi Teknik Informatika Universitas Dayanu Ikhsanuddin Baubau dan pendidikan Magister di Program Studi Ilmu Komputer Institut Pertanian Bogor. Wanita yang kerap disapa Rahma ini adalah anak dari pasangan La Ode Muhammad Agus Udaya Manarfa (ayah) dan Wa Ode Afiah Paraa (ibu). Rahma saat ini aktif mengabdikan sebagai pengajar di salah satu Universitas di Kota Baubau.



Yo Ceng Giap, S.Kom., M.Kom., CPS. Penulis telah menempuh pendidikan Strata Satu (S1) di STMIK Buddhi Jurusan Teknik Informatika lulus pada tahun 2003 dan menempuh pendidikan Magister (S2) di STMIK Eresha Jurusan Teknik Informatika lulus pada tahun 2009.

Sejak tahun 2004 hingga saat ini penulis bekerja sebagai Dosen Tetap Yayasan di Universitas Buddhi Dharma Tangerang Banten, pada program studi

Teknik Informatika. Buku-buku yang sudah dipublikasikan yaitu

1. Pengantar Teknologi Informasi pada tahun 2011.
2. Routing and Switching pada tahun 2018.
3. Optimasi desain toko online pada tahun 2020.
4. Cloud Computing Teori dan Implementasi pada tahun 2020.
5. Belajar Dari COVID-19 Perspektif Teknologi dan Pertanian pada tahun 2020.

Penulis mendapatkan penghargaan bidang karya tulis yaitu

1. Mendapatkan hibah penulisan buku ajar dari Ristekdikti dengan judul buku Routing and Switching pada tahun 2018.
2. Juara 1 lomba penulisan artikel tema Waisak pada tahun 2020.



Dr. Drs. Bonaraja Purba, M.Si Lahir di Pematang Siantar, 15 April 1962; Lulus Sarjana Pendidikan (Drs.) dari Universitas Negeri Medan (UNIMED), Magister Sains (M.Si.) Bidang Ilmu Ekonomi dari Universitas Syiah Kuala (USK) Banda Aceh dan Doktor (Dr.) Bidang Ilmu Ekonomi juga dari Universitas Syiah Kuala (USK) Banda Aceh. Sejak 01 Maret 1987 hingga saat ini berkarir sebagai Dosen PNS di Fakultas Teknik dan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (UNIMED). Telah menulis lebih dari 125 judul Buku Referensi Ilmiah dan Buku Ajar Akademik ber-ISBN/HKI yang sudah diterbitkan oleh beberapa Penerbit dan juga

sebagai Editor Ahli dari beberapa Buku Referensi. Penulis juga telah menulis puluhan artikel pada Jurnal Nasional, Prosiding Nasional, Prosiding Internasional dan Jurnal Internasional tentang Pendidikan, Ekonomi dan Bisnis. Penulis dapat dihubungi melalui email bonarajapurba@gmail.com dan bonarajapurba@unimed.ac.id



Agustian Budi Prasetya, Dosen Magister Manajemen di Universitas Bina Nusantara. Mengajar paruh waktu di Pascasarjana di Universitas Indonesia Ilmu Administrasi dan Universitas Pelita Harapan. Menjadi konsultan di beberapa perusahaan BUMN, BUMD dan Perusahaan Swasta. Menekuni kajian kepemimpinan, etika, human capital dan strategi organisasi. Aktif di berbagai yayasan sosial di bidang pembangunan masyarakat, pendidikan dan kebudayaan. Menikah dengan Widyandini Soetjipto dan dikaruniai dua anak Alia Widyaprasetya dan

Abrahamsyah Krisadi Widyaprasetya.



Dr. Janner Simarmata, S.T., M.Kom., C.SP., C.BMC., C.DMP., C.PI., C.PKIR., C.SF., C.PDM., C.SEM., C.COM., C.SI., C.SY., C.STMI INT'L, CBPA., C.WI.

Sarjana Teknik Informatika dari STMIK Bandung, Magister Ilmu Komputer dari Universitas Gadjah Mada (UGM) dan Doktor Pendidikan Teknologi Kejuruan (PTK) diperoleh dari Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung bidang kajian

Blended Learning.

Menulis buku sejak tahun 2005. Dosen di Pendidikan Teknologi Informatika dan Komputer (PTIK) Fakultas Teknik Universitas Negeri Medan.

PENGANTAR E-COMMERCE

Materi dalam buku ini diharapkan akan memberikan informasi dan membuka mata dan pikiran kita akan perkembangan e-commerce yang luar biasa di Indonesia bahkan dunia. Sehingga kita sebagai bagian dari masyarakat dunia akan bisa mengambil manfaat dan ikut menikmati perkembangan tersebut.

Pada buku ini terdiri dari 15 (lima belas) bab, yaitu:

- Bab 1 Pengenalan Konsep Dasar E-Commerce
- Bab 2 Elemen-Elemen dan Cara Kerja Internet
- Bab 3 Manfaat dan Perkembangan E-Commerce
- Bab 4 Infrastruktur E-Commerce
- Bab 5 Sistem Transaksi E-Commerce
- Bab 6 Sistem Pembayaran Untuk E-Commerce
- Bab 7 Strategi Pengembangan E-Commerce
- Bab 8 Faktor Keberhasilan dan Hambatan E-Commerce
- Bab 9 Keamanan E-Commerce
- Bab 10 Supply Chain Management Dalam E-Commerce
- Bab 11 Tools Internet Marketing
- Bab 12 Model Bisnis dan Proses Bisnis E-Commerce
- Bab 13 Solusi dan Keberlanjutan E-Commerce
- Bab 14 Etika dan Aspek Hukum E-Commerce
- Bab 15 Model dan Aplikasi E-commerce lainnya



YAYASAN KITA MENULIS
press@kitamenulis.id
www.kitamenulis.id

