

## SIMULASI E-COMMERCE PADA ONLINE MUSIC STORE

*Sujalwo, Indri Sulistyawati*

Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Komunikasi dan Informatika

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Email : indry.sulistyawati@gmail.com

### ABSTRACT

*Nowadays ,the rapid development of information technology, especially the Internet world, has changed the habits of people to shop online. However among many online stores, most found the goods sold are the property of their own online stores. Based on this fact, this study tries to develop e-commerce systems in the field of music for a CD album sales (Compact Disk) and concert tickets, where the product is derived from the record company and concert promoter. This study aims to create simulations of e-commerce to combine the three parties to work together in an online sales system that is e-commerce.*

*The method in design system uses waterfall method. This model is a systematic approach. System for "Simulation of E-Commerce in Online Music Store" had been tested by the respondent, followed by answering the questionnaire. Here, the sample is positioned as a buyer, as admin, as a record company, and as a concert promoter. Based on the questionnaire, it can be seen that the record companies, concert promoters, admin, and buyers can be combined through the e-commerce Online Music Store.*

**Keywords :** Online Music Store, E-Commerce System, Waterfall

### ABSTRAK

*Dewasa ini dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat khususnya yaitu perkembangan dunia internet, telah mengubah kegemaran orang untuk berbelanja secara online e-commerce. Akan tetapi, kebanyakan e-commerce hanya menjual barang milik toko online sendiri. Berdasarkan fakta ini, maka penelitian ini berupaya untuk membuat sistem e-commerce dalam bidang musik untuk penjualan album CD (Compact Disk) dan tiket konser,*

*dimana produk tersebut berasal dari perusahaan rekaman dan promotor konser. Penelitian ini bertujuan membuat simulasi e-commerce untuk menggabungkan ketiga pihak agar dapat bekerja sama dalam satu sistem penjualan online yaitu e-commerce.*

*Metode perancangan sistem yang digunakan adalah metode waterfall. Model ini melakukan pendekatan secara sistematis. Sistem untuk “Simulasi E-Commerce pada Online Music Store” yang sudah jadi diuji coba kepada beberapa sampel untuk menjawab kuesioner dengan memposisikan sampel sebagai pembeli, sebagai admin, sebagai perusahaan rekaman, dan sebagai promotor konser. Berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa perusahaan rekaman, promotor konser, admin, dan pembeli dapat digabungkan menjadi satu melalui sistem e-commerce Online Music Store.*

**Kata kunci :** *Online Music Store, Sistem e-commerce, Waterfall.*

## **PENDAHULUAN**

Dewasa ini dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang pesat khususnya yaitu perkembangan dunia *internet*. Media *internet* membantu masyarakat dalam memperoleh berbagai informasi serta digunakan sebagai sarana komunikasi melalui cara yang sering disebut dengan istilah *online*. Adanya perkembangan *internet* yang meningkat dan kegemaran orang untuk berbelanja secara *online* mengakibatkan banyak bermunculan toko-toko *online* yang sering disebut dengan *e-commerce*.

Sistem penjualan menggunakan *e-commerce* kebanyakan produk-produk yang ditawarkan merupakan barang milik toko *online* sendiri. Misalnya, dalam skenario ini

*Online Music Store* awal mulanya adalah sebuah toko *online* musik yang menjual album CD (*Compact Disk*) musik. Toko *online* tersebut mempunyai masalah terhadap kedekatan dengan pihak perusahaan rekaman, sehingga untuk menjual CD album musik dari sebuah musisi maka *Online Music Store* harus terlebih dahulu membeli atau mengadakan perjanjian peminjaman dengan perusahaan rekaman kemudian dijual di toko *online*. Hasil dari penjualan yang dilakukan oleh toko *online* baru dibayarkan ke pihak perusahaan rekaman. Sistem penjualan perusahaan rekaman musik masih dilakukan secara *offline* yaitu menjualnya waktu konser si musisi atau dijual di toko musik. Promotor konser sendiri, menjual tiket konser melalui

beberapa *show* musik dan melalui agen tiket konser. Ketiga pihak tersebut yaitu *online music store*, perusahaan rekaman dan promotor konser merupakan tiga instansi yang berbeda, dan menghasilkan produk diantaranya *Online Music Store* produk yang dihasilkan berupa jasa *e-commerce* sebagai tempat penjualan *online*, perusahaan rekaman yang menghasilkan album CD musik dari rekaman yang dihasilkan oleh musisi seperti grup band atau penyanyi dan promotor konser produknya yang berupa tiket konser dari musisi bisa sebuah grup band atau penyanyi.

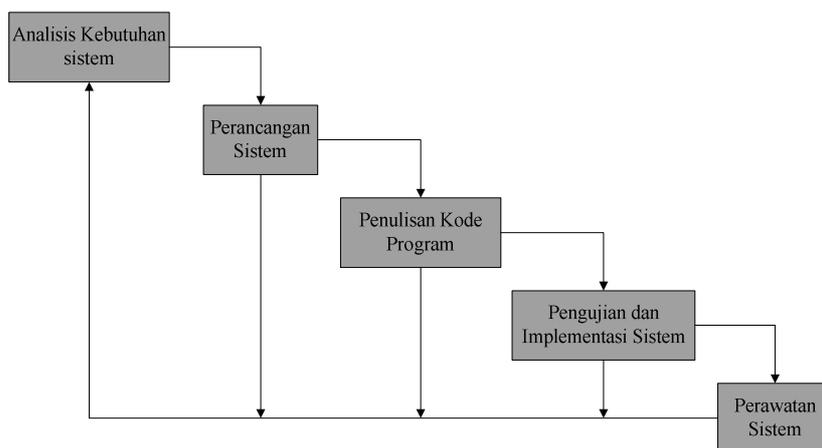
Berdasarkan permasalahan di atas maka penulis mencoba membuat “Simulasi *E-Commerce* pada *Online Music Store*”. *E-*

*commerce* tersebut menggabungkan ketiga pihak agar dapat bekerja sama dalam satu sistem penjualan *online*.

Tujuan dari penelitian adalah membuat simulasi *e-commerce* untuk menggabungkan ketiga pihak agar dapat bekerja sama dalam satu sistem penjualan online yaitu *e-commerce*.

## METODELOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan penulis untuk pembuatan sistem ialah *waterfall*. Tahapan dalam metode *waterfall* dari awal sampai tahapan akhir membentuk suatu siklus hidup. Menurut Roger.S.Pressman tahapan-tahapan tersebut seperti yang terlihat pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Metode *Waterfall*

Berdasarkan Gambar 1 merupakan tahapan-tahapan yang dipakai dalam pembuatan *Online Music Store* adalah sebagai berikut :

### 1. Analisis Kebutuhan Sistem

Tahapan ini adalah tahapan untuk mendefinisikan kebutuhan sistem, aplikasi

yang digunakan, *interface*, bentuk proses pengolahan informasi, performasi yang diharapkan, pendokumentasian, dan lain-lain yang terkait dengan definisi dan pemfokusan persoalan rekayasa perangkat lunak.

## 2. Perancangan Sistem

Perancangan sistem merupakan tahapan penjabaran multifungsi dari analisis kebutuhan, prosesnya melalui tahapan struktur data, arsitektur perangkat lunak, representasi *interface*, algoritma, dan lain-lain.

## 3. Penulisan Kode Program

Kode program dibuat agar dapat dimengerti oleh mesin, dalam hal ini adalah komputer, maka desain tadi harus diubah bentuknya menjadi bentuk yang dapat dimengerti oleh mesin, yaitu ke dalam bahasa pemrograman melalui proses *coding*. Tahap ini merupakan implementasi dari tahap *design* yang secara teknis nantinya dikerjakan oleh *programmer*.

## 4. Pengujian dan Implementasi Sistem

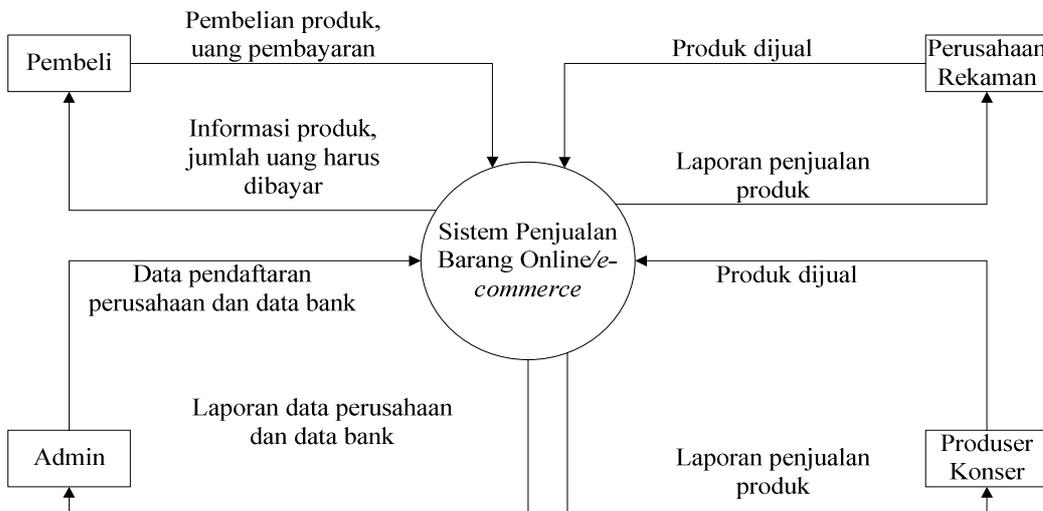
Sesuatu yang dibuat haruslah diujicobakan. Demikian juga dengan *software* begitu juga dengan *Online Music Store*. Semua fungsi-fungsi *software* harus diujicobakan, agar *software* bebas dari *error*, dan hasilnya harus benar-benar sesuai

dengan kebutuhan yang sudah didefinisikan sebelumnya. Tahap implementasi sistem untuk “Simulasi E-commerce pada Online Music Store” adalah membuat jaringan *Local Area Network* (LAN) dengan memposisikan satu PC sebagai *server* dan PC lainnya sebagai *client*.

## 5. Perawatan Sistem

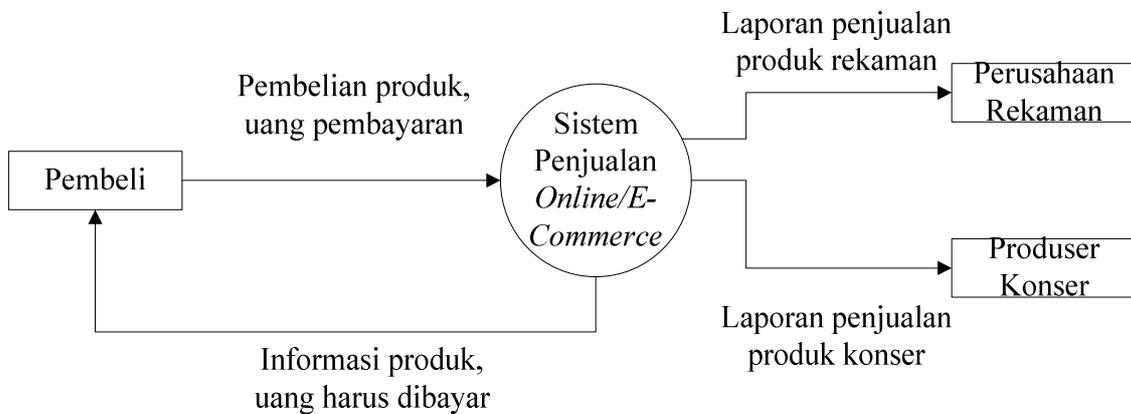
Perawatan sistem merupakan perawatan jika terdapat kerusakan sistem, perubahan sistem, dan tambahan sistem yang lebih baik lagi. Perubahan sistem misalnya bila terdapat menu-menu dan fasilitas yang belum sesuai dengan kebutuhan awal pembuatan sistem. Tambahan sistem misalnya bila terdapat fitur-fitur terbaru yang menambah kualitas dan fungsi dari pembuatan sistem. Analisis kebutuhan sistem perlu dilakukan ulang bila terdapat perubahan sistem dan tambahan sistem. Perawatan sangat penting dilakukan dalam rangka untuk keberlangsungan dan kemanfaatan sistem selanjutnya sesuai *content* yang disajikan.

Diagram konteks merupakan proses yang mewakili proses dari seluruh sistem. Diagram konteks selalu mengandung satu proses saja, seperti diagram konteks yang terlihat pada Gambar 2.



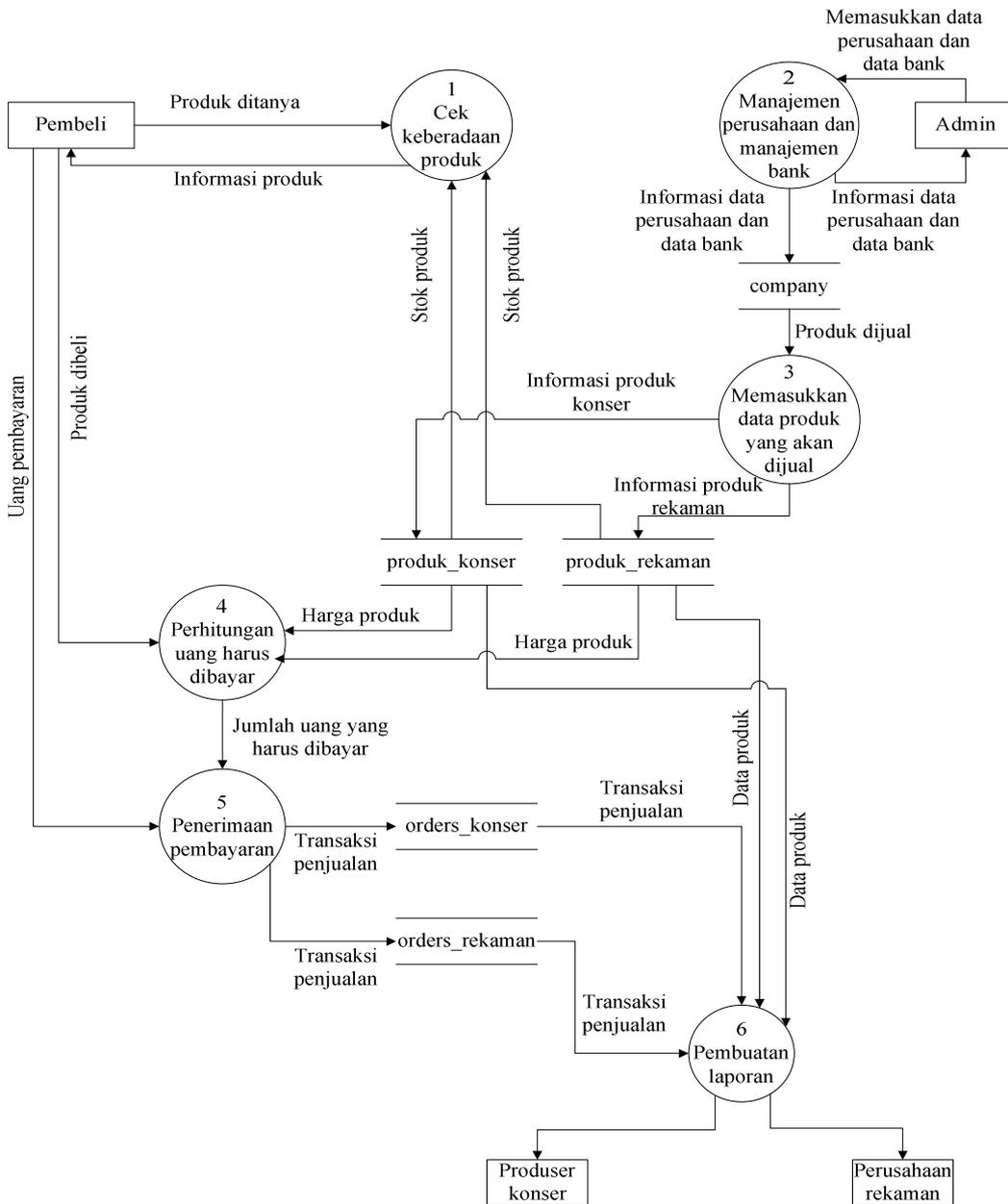
**Gambar 2.** Diagram Konteks

DAD level 0 adalah untuk memperjelas sebuah sistem berdasarkan lanjutan dari diagram konteks, seperti yang terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** DAD Level 0

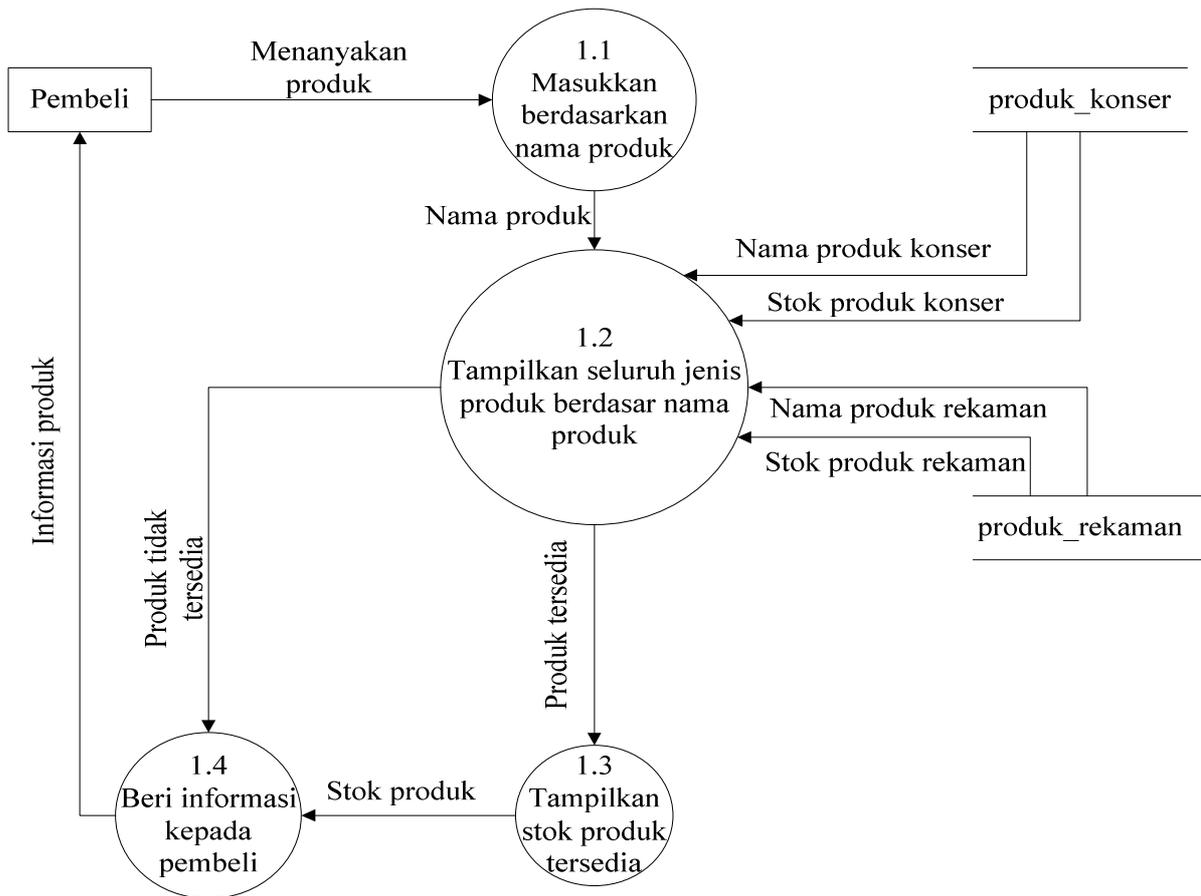
DAD level 1 merupakan lanjutan dari DAD level 0 yang digunakan untuk memperjelas sebuah sistem menjadi proses-proses untuk mencapai sistem tersebut, seperti yang terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** DAD Level 1

DAD level 2 merupakan penjelasan yang lebih terperinci dari sebuah proses yang dibuat menjadi sub proses, misal proses

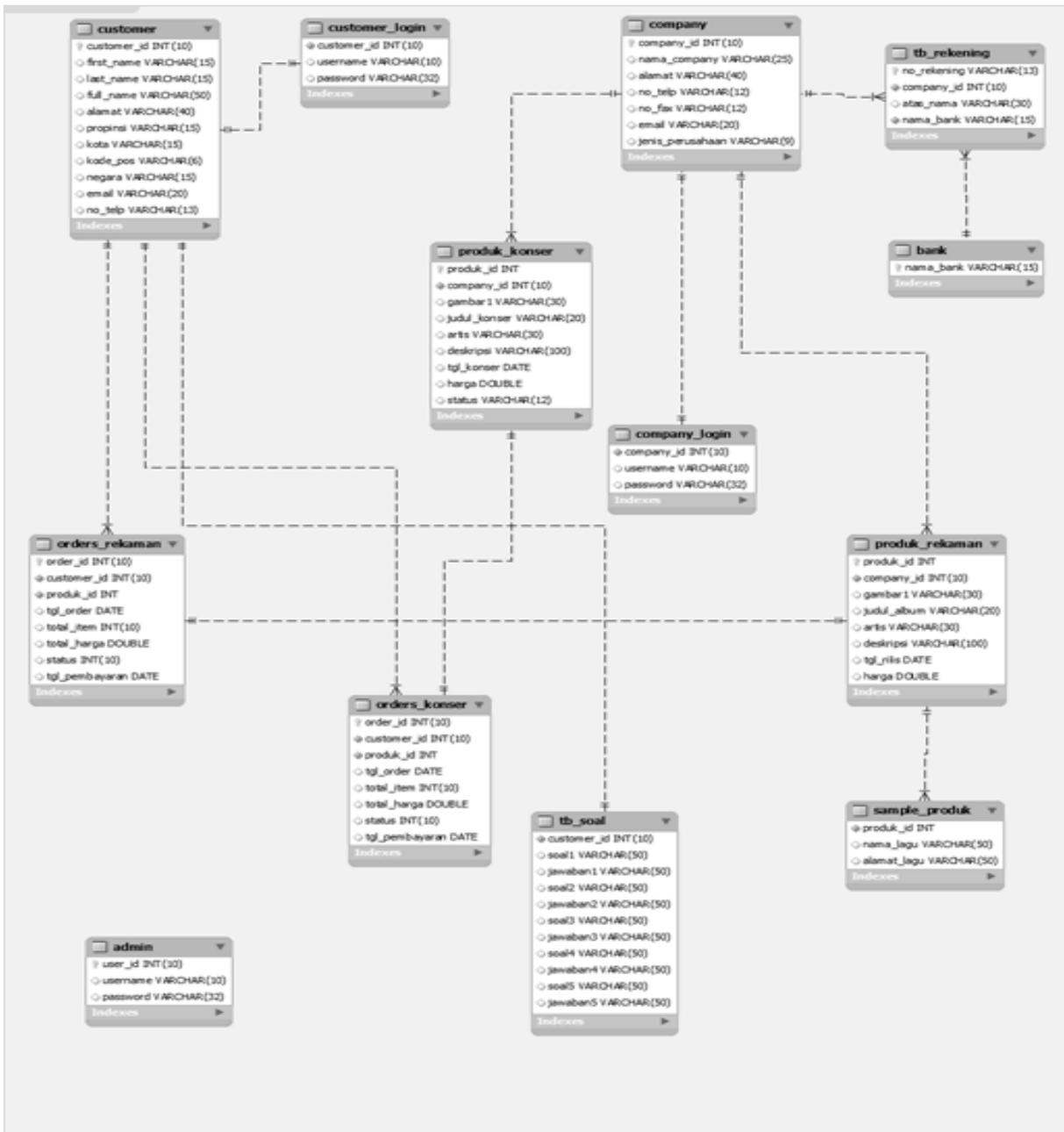
1 diperjelas menjadi proses 1.1, 1.2, 1.3 dst. DAD level 2 dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. DAD Level 2

Perancangan basis data “Simulasi E-Commerce pada Online Music Store” seperti

ERD yang dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. ERD *onlinemusicstore\_new*

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Tahapan yang dilakukan sebelum melakukan kuesioner adalah menentukan ukuran sampel. Sampel yang dimaksud adalah orang yang akan menjawab soal-soal kuesioner. Berikut ini adalah langkah penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu untuk tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10% yang dihitung dengan persamaan 1.

$$s = \frac{\lambda \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \dots\dots\dots(1)$$

(Sugiyono, 2010 : 87)

Keterangan :

$\lambda^2$  dengan dk = 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10%.

P=Q=0,5

d=0,05

s=jumlah sampel

N=jumlah populasi

**Tabel 1.** Cuplikan Tabel Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%,5%, dan 10%

N	s		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
15	15	14	14
20	19	19	10
25	24	23	23
...	...	...	...

10000	622	336	263
15000	635	340	266
20000	642	342	267
30000	649	344	268
...	...	...	...
950000	663	348	271
1000000	663	348	271
∞	664	349	272

(sumber : Sugiyono, 2010 : 87)

Berdasarkan Tabel 1, kemudian akan dilakukan analisis untuk mengetahui tanggapan dari kelompok pengguna *Online Music Store*. Kelompok pengguna *Online Music Store* itu terdiri 24 orang, yang dikelompokkan berdasarkan pembeli, *admin*, perusahaan rekaman, dan promotor konser. Kelompok pembeli = 6 orang, kelompok *admin* = 6 orang, kelompok perusahaan rekaman = 6 orang, dan kelompok promotor konser = 6 orang. Berdasarkan Tabel 1, bila jumlah populasi = 25 orang, dengan kesalahan 1%, maka jumlah sampel = 24 orang. Data tersebut kemudian dihitung dengan cara sebagai berikut.

Pembeli =  $6/25 \times 24 = 5,76$  dibulatkan menjadi 6

*Admin* =  $6/25 \times 24 = 5,76$  dibulatkan menjadi 6

Perusahaan rekaman =  $6/25 \times 24 = 5,76$  dibulatkan menjadi 6

Promotor konser =  $6/25 \times 24 = 5,76$

dibulatkan menjadi 6

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah  $6 + 6 + 6 + 6 = 24$ . Kuesioner akan diberikan kepada sampel/responden yaitu pengisian tanggapan setelah menggunakan *Online Music Store*. Setelah mengetahui sampel yang akan menjawab keusioner kemudian penulis akan menggunakan skala *Likert* yang akan digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Berdasarkan skala *Likert* tersebut kemudian variabel yang akan diukur dijabarkan dengan indikator variabel. Indikator variabel yang dimaksud yaitu dengan memberi skor untuk setiap pilihan, dalam hal ini penulis memberikan skor untuk setiap pilihan. Pilihan 1/a bernilai 5, pilihan 2/b bernilai 4, pilihan 3/c bernilai 3, pilihan 4/d bernilai 2, dan pilihan 5/e bernilai 1. Hasil pembahasan

penilaian kuesioner tentang *Online Music Store* adalah sebagai berikut :

### 1. Hasil Penilaian Kuesioner oleh Pembeli

Kuesioner untuk pembeli meliputi pertanyaan-pertanyaan yang yang dijawab oleh pembeli setelah menggunakan *Online Music Store* yaitu tentang pemahaman *e-commerce*, pemanfaatan *Online Music Store*, kemudahan penggunaan *Online Music Store*, kecepatan akses *Online Music Store*, tampilan *Online Music Store*, kejelasan menu, kelengkapan menu, keseluruhan sistem *Online Music Store*, dan keinteraktifan *Online Music Store*. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dihitung berdasarkan nilai tiap jawaban sehingga menghasilkan persentase, berikut contoh cara menghitung persentase tiap-tiap topik soal :

1 orang yang menjawab sangat paham	= $1 \times 5 = 5$ skor
5 orang yang menjawab paham	= $5 \times 4 = 20$ skor
0 orang menjawab cukup paham	= $0 \times 3 = 0$ skor
0 orang menjawab kurang paham	= $0 \times 2 = 0$ skor
0 orang menjawab tidak tahu sama sekali	= $0 \times 1 = 0$ skor
<b>Jumlah total</b>	<b>= 25 skor</b>

Jumlah skor ideal (kriterium) untuk jumlah item =  $5 \times 6 = 30$  (seandainya semua menjawab sangat paham). Jumlah skor diperoleh dari penelitian = 25. Jadi, berdasarkan data tersebut maka tingkat pemahaman terhadap *e-commerce* =  $(25 : 30) \times 100\% = 83,33\%$  dari yang diharapkan

(100%). Hasil penilaian kuesioner selengkapnya oleh pembeli dapat dilihat di lampiran. Data pengolahan hasil penilaian kuesioner oleh pembeli ditunjukkan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil Penilaian Kuesioner oleh Pembeli

	Jumlah responden					Persentase
	Jawaban a	Jawaban b	Jawaban c	Jawaban d	Jawaban e	
Pemahaman E-Commerce	1	5	0	0	0	83,33%
Pemanfaatan <i>Online Music Store</i>	5	1	0	0	0	96,67%
Kemudahan Penggunaan <i>Online Music Store</i>	4	2	0	0	0	93,33%
Kecepatan Akses	1	5	0	0	0	83,33%
Tampilan	2	4	0	0	0	86,67 %
Kejelasan Menu	3	3	0	0	0	90%
Kelengkapan Menu	1	3	2	0	0	76,67%
Keseluruhan Sistem	2	4	0	0	0	86,67%
Interaktif	2	3	1	0	0	83,33%

## 2. Hasil Penilaian Kuesioner Oleh Admin

Kuesioner untuk Admin meliputi pertanyaan-pertanyaan yang yang dijawab oleh responden yang diposisikan sebagai setelah menggunakan *Online Music Store* yaitu tentang pemahaman *e-commerce*, pemanfaatan *Online Music Store*, kemudahan penggunaan *Online Music Store*,

kecepatan akses *Online Music Store*, tampilan *Online Music Store*, kejelasan menu, kelengkapan menu, manipulasi data, dan keseluruhan sistem *Online Music Store*. Hasil penilaian kuesioner selengkapnya oleh admin dapat dilihat di lampiran. Data pengolahan hasil penilaian kuesioner oleh admin ditunjukkan pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Penilaian Kuesioner oleh Admin

	Jumlah responden					Persentase	
	Jawaban a	Jawaban b	Jawaban c	Jawaban d	Jawaban e		
Hasil Kuesioner <i>Online Music Store</i> untuk Admin	Pemahaman E-Commerce	3	3	0	0	0	90%
	Pemanfaatan <i>Online Music Store</i>	5	1	0	0	0	96,67%
	Kemudahan Penggunaan <i>Online Music Store</i>	1	4	1	0	0	70%
	Kecepatan Akses	1	3	2	0	0	76,67%
	Tampilan	1	3	2	0	0	76,67%
	Kejelasan Menu	1	5	0	0	0	83,33%
	Kelengkapan Menu	1	2	3	0	0	73,33%
	Manipulasi Data	1	4	1	0	0	80%
	Keseluruhan Sistem	2	1	3	0	0	76,67%

### 3. Hasil Penilaian Kuesioner oleh Perusahaan Rekaman

Kuesioner untuk perusahaan rekaman meliputi pertanyaan-pertanyaan yang dijawab oleh pihak perusahaan rekaman setelah menggunakan *Online Music Store* yaitu tentang pemahaman *e-commerce*, pemanfaatan *Online Music Store*, kemudahan penggunaan *Online Music Store*, kecepatan akses *Online Music Store*,

tampilan *Online Music Store*, kejelasan menu, kelengkapan menu, manajemen data, manipulasi data, dan keseluruhan sistem *Online Music Store*. Hasil penilaian kuesioner selengkapnya oleh perusahaan rekaman dapat dilihat di lampiran. Data pengolahan hasil penilaian kuesioner oleh perusahaan rekaman ditunjukkan pada Tabel 4.

**Tabel 4.** Hasil Penilaian Kuesioner oleh Perusahaan Rekaman

Jumlah responden	Jumlah responden					Persentase
	Jawaban a	Jawaban b	Jawaban c	Jawaban d	Jawaban e	
Pemahaman E-Commerce	4	2	0	0	0	93,33%
Pemanfaatan <i>Online Music Store</i>	5	1	0	0	0	96,67%
Kemudahan Penggunaan <i>Online Music Store</i>	2	3	1	0	0	83,33%
Kecepatan Akses	0	6	0	0	0	80%
Tampilan	3	2	1	0	0	86,67%
Kejelasan Menu	2	4	0	0	0	86,67%
Kelengkapan Menu	1	4	1	0	0	80%
Manajemen Data	5	1	0	0	0	96,67%
Manipulasi Data	2	4	0	0	0	86,67%
Keseluruhan Sistem	1	5	0	0	0	83,33%

#### 4. Hasil Penilaian Kuesioner oleh Promotor Konser

Kuesioner untuk perusahaan rekaman meliputi pertanyaan-pertanyaan yang dijawab oleh pihak promotor konser setelah menggunakan *Online Music Store* yaitu tentang pemahaman *e-commerce*, pemanfaatan *Online Music Store*, kemudahan penggunaan *Online Music Store*,

kecepatan akses *Online Music Store*, tampilan *Online Music Store*, kejelasan menu, kelengkapan menu, manajemen data, manipulasi data, dan keseluruhan *Online Music Store*. Hasil penilaian kuesioner selengkapannya oleh promotor konser dapat dilihat di lampiran. Data pengolahan hasil penilaian kuesioner oleh promotor konser ditunjukkan pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Hasil Penilaian Kuesioner oleh Promotor Konser.

	Jumlah responden					
	Jawaban a	Jawaban b	Jawaban c	Jawaban d	Jawaban e	Persentase
Pemahaman E-Commerce	4	2	0	0	0	93,33%
Pemanfaatan <i>Online Music Store</i>	1	4	1	0	0	80%
Kemudahan Penggunaan <i>Online Music Store</i>	0	2	4	0	0	66,67%
Kecepatan Akses	0	3	3	0	0	70%
Tampilan	1	2	3	0	0	73,33%
Kejelasan Menu	1	3	2	0	0	76,67%
Kelengkapan Menu	0	4	2	0	0	73,33%
Manajemen Data	0	6	0	0	0	80%
Manipulasi Data	1	4	1	0	0	76,67%
Keseluruhan Sistem	0	4	2	0	0	83,33%

## KESIMPULAN

Sistem penjualan pada awalnya dilakukan secara langsung (bertatap muka/*offline*) dengan pembeli, setelah muncul adanya *internet* mulai dikenal dengan sistem penjualan *online/e-commerce*. Sistem penjualan *online/e-commerce* masih banyak ditemukan, produk-produk yang ditawarkan merupakan barang milik sendiri yang diperoleh dari pembelian stok barang terlebih dahulu dari penyedia produk. *Online Music Store* ini menawarkan jasa sebagai

tempat penjualan *online* tentang penjualan Album CD Musik dan Tiket konser. Perusahaan rekaman dan promotor konser dapat melakukan kerja sama dengan *Online Music Store* sebagai layanan *e-commerce* untuk tempat penjualan dengan melakukan pendaftaran.

Berdasarkan data hasil kuisisioner yang terlampir setelah mencoba layanan *Online Music Store* yang diberikan kepada *user* umum, pembeli, *admin*, perusahaan rekaman, dan promotor konser serta

pembahasan pada BAB IV. Menunjukkan bahwa hasil dari penelitian tentang pembuatan “Simulasi E-Commerce pada Online Music Store” yaitu :

1. Simulasi *e-commerce* pada *Online Music Store* yang telah dibangun dapat menyatukan perusahaan rekaman,

promotor konser, *admin*, dan pembeli dalam satu sistem penjualan *online*.

2. Terdapat 3 perusahaan rekaman, 2 promotor konser, dan 8 pembeli yang sudah mendaftarkan di *Online Music Store*. Terdapat 51 transaksi untuk pembelian tiket konser dan 84 transaksi untuk pembelian album CD musik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dharwiyanti, Sri. 2003. Pengantar Unified Modeling Language. [setia.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/6077/Modul\\_UML.pdf](http://setia.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/6077/Modul_UML.pdf). Diakses tanggal 20 Oktober 2011, pukul 20.00.
- Jogiyanto, HM. 2005. “Analisis Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis”. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Kadir, Abdul. “Buku Web Dinamis Menggunakan PHP”. [ulu.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/8290/06\\_07\\_PHP.pdf](http://ulu.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/8290/06_07_PHP.pdf).
- Nugroho, Bunafit. 2009. “Aplikasi Pemrograman Web Dinamis dengan PHP dan MySQL”. Yogyakarta : Penerbit Gava Media.
- Nurmanto. 2011. “Pengertian Appserv”. <http://nurmanto.com/pengertian-appserv/>. Diakses tanggal 20 Juni 2011, pukul 20.50.
- Pressman, R.S. 2002. “Rekayasa Perangkat Lunak”. Yogyakarta : Andi.
- S. Sudarma. 2010. “MySQL Database Server”. Jakarta Selatan : Mediakita.
- Setiabudi, Reza Yudaprawira. 2006. “Perancangan dan Pembuatan *Web E-Commerce* Penjualan Oli di PT.Harlindo Sejahtera”. [/jiunkpe/s1/info/2006/jiunkpe-ns-s1-2006-26401071-10526-harlindo-abstract\\_toc.pdf](http://jiunkpe/s1/info/2006/jiunkpe-ns-s1-2006-26401071-10526-harlindo-abstract_toc.pdf). Diakses tanggal 20 Juni 2011, pukul 21.01.
- Sugiyono. 2010. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sukamto, Risa Ariani. 2010. “JavaScript”. [file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/PRODI.../4-Javascript.pdf](http://file.upi.edu/Direktori/FPMIPA/PRODI.../4-Javascript.pdf). Diakses tanggal 25 September 2011, pukul 10.29.

- Suryarini, W. 2004. "E-Commerce", [wiwied.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/9036/slide\\_E-Commerce.pdf](http://wiwied.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/files/9036/slide_E-Commerce.pdf). Diakses tanggal 20 Juni 2011, pukul 21.35.
- Susanto, Isaac Irvan Febrianto. 2008. "Perancangan dan Pembuatan E-Commerce untuk Penjualan Buku pada Gereja Zaitun Surabaya", [/jiunkpe/s1/info/2008/jiunkpe-ns-s1-2008-26404088-11044-gbz-abstract\\_toc.pdf](http://jiunkpe/s1/info/2008/jiunkpe-ns-s1-2008-26404088-11044-gbz-abstract_toc.pdf). Diakses tanggal 20 Juni 2011, pukul 21.20.
- Team Training SMK-TI. "Pengenalan HTML". [Html-www.isekolah.org/file/h\\_1091500237.pdf](http://html-www.isekolah.org/file/h_1091500237.pdf). Diakses tanggal 25 September 2011, pukul 10.22.
- Team Training SMK-TI. "Pengenalan Style Sheet". [Css-www.isekolah.org/file/h\\_1091499799.pdf](http://css-www.isekolah.org/file/h_1091499799.pdf). Diakses tanggal 25 September 2011, pukul 10.24.
- Tyas, Zahra Arwananing. 2010. "Implementasi E-Commerce untuk Ozone Distro", [eprints.undip.ac.id/25160/1/repositori\\_6045.pdf](http://eprints.undip.ac.id/25160/1/repositori_6045.pdf). Diakses tanggal 20 Juni 2011, pukul 20.49.)