

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE*
DALAM PROSES PENJUALAN TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA
SISWA SMK NEGERI NGRAHO**

Diyah Chandra Kartika Sari

Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
Email: Chandradyah06@gmail.com

Setya Chendra Wibawa

Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya
Email: setyachendra@unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sesudah adanya *E-commerce* yang mempermudah proses penjualan siswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan kausal karena dengan penelitian ini dapat mengetahui peningkatan pengaruh sesudah menggunakan *E-commerce* dalam proses penjualan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri Ngraho di Bojonegoro. Dengan sampel yang dibutuhkan 96 responden. Hasil penelitian di dapat dari peningkatan jumlah responden yang menjawab positif “ Ya” untuk jawaban yang mempengaruhi pengaruh *E-Commerce* berperan penting untuk mempermudah siswa dalam proses penjualan. Sehingga dapat di simpulkan melalui penggunaan *E-commerce* berpengaruh untuk memberikan kemudahan untuk proses penjualan sehingga meningkatnya penjualan yang terdapat di sekolah. Dengan *E-commerce* siswa tidak mengalami kesulitan untuk melakukan transaksi penjualan dengan mempromosikan secara langsung terhadap konsumen sehingga konsumen menjadi lebih mudah untum memesan produk siswa.

Kata kunci: *E-commerce, Kuantitatif, Proses penjualan, Minat berwirausaha,*

Abstract

Result of the research shows that there is increasing effect of before and after using E-commerce in selling process toward student entrepreneurial interest. The method used in this research was quantitative with causality approach because through this research could be known the increasing of effect before and after the use of E-commerce and selling process toward student entrepreneurial interest in SMK Negeri Ngraho at Bojonegoro. Samples required were 96 respondents. Result of the research shows that there is increasing effect of before and after using E-commerce in selling process toward student entrepreneurial interest. Obtained from increasing number of respondents which answer positive “Yes” for answers that affects influence e-commerce important to ease students in the selling process. So it can be concluded in through use E-commerce influential to provide facilities to the process so that increasing selling that were in school. By E-commerce student not experiencing problem to conducting selling transaction by promote to consumer directly that make consumer easier to order student product.

Keywords: *E-commerce, Quantitative, selling process, entrepreneurial interest*

PENDAHULUAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan sesudah adanya *E-commerce* dalam proses penjualan siswa terhadap minat wirausahaan siswa SMK Negeri 1 Ngraho. Dengan *E-commerce* siswa mendapat fasilitas pengelolaan penjualan produksi kerajinan secara praktis dan mudah serta meningkatkan kreatifitas siswa dalam menciptakan minat wirausaha siswa. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah pendidikan. Pendidikan formal maupun informal berperan dalam kewirausahaan. Pendidikan akan memberikan bekal pengetahuan dalam mengelola usaha

dan memberi dorongan bagi seseorang untuk dapat menjadi wirausahawan. Kaitannya dengan pendidikan formal, Kurikulum 2013 menerapkan salah satu mata pelajaran pemasaran online yang diajarkan untuk SMK kompetensi keahlian Pemasaran dengan tujuan mendukung dalam peningkatan produktivitas dan kemampuan siswa berbisnis secara *online*. Pembelajaran pemasaran *online* yang diajarkan kepada siswa diharapkan mampu meningkatkan minat siswa untuk memulai dan mengembangkan usaha baik secara *off-line* maupun *online* agar siswa mempunyai keyakinan dan

kepercayaan diri dalam memulai dan mengemba usaha dan tidak bergantung pada orang lain. Pembelajaran pemasaran *online* memberikan pengetahuan dan pelatihan kepada siswa bagaimana caranya memanfaatkan sistem *online* dalam pemasaran produk atau jasa.

Terciptanya sarana pemasaran kerajinan siswa sekolah membutuhkan media penyalur bakat siswa berbasis internet untuk proses penjualan siswa yaitu *E-commerce* salah satu sarana mendukung permasalahan proses penjualan yang masih terbatas waktu dan kualitas layanan untuk siswa turut berinteraksi dengan konsumen. Pembeli juga tidak akan mau langsung berkunjung ke sekolah hanya untuk membeli sebuah produk, apalagi jarak tempuh juga tidak memungkinkan untuk ke SMK Negeri Ngraho. Siswa menjadi lebih mudah mengembangkan usahanya tanpa menghabiskan waktu, tenaga dan pemikiran untuk mengelola proses penjualan kerajinan tanganya. Pihak sekolah sendiri juga tidak akan menyibukkan waktu untuk memantau transaksi penjualan yang manual dengan waktu lama serta tidak efisien sebab tugas sekolah juga terlampaui padat untuk membimbing anak didiknya.

Pemecahan masalah dengan pengadaan sarana penjualan *online* seperti *E-Commerce* karena mempermudah penjual dan pembeli melakukan transaksi penjualan tanpa batas selama 7x24 jam sewaktu-waktu siswa sebagai penjual dapat memantau proses penjualan. Mempermudah siswa mengetahui strategi menjual tanpa mengganggu proses pelajaran di sekolah,

Penggunaan *E-commerce* juga membantu membuat laporan penjualan untuk tugas sekolah serta mengetahui peningkatan perekonomian. Karena sebelumnya siswa memproduksi kerajinan tangan dan di jual di *Furniture Gallery Pesona Jati* sehingga harus mengawasi dan datang ke toko secara langsung sehingga pembelajaran siswa juga mendapat kendala. Oleh sebab itu pembelajaran pemasaran *online* memberikan kepercayaan diri siswa untuk minat berwirausaha *online* sesuai dengan bekal pengetahuan dan praktik keterampilan pemasaran *online* yang diharapkan dapat menjadikan peluang besar bagi siswa SMK Negeri Ngraho untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi dan sistem informasi. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh penggunaan E-Commerce dalam prosespenjualan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri Ngraho”**

METODE

Penelitian ini dilakukan termasuk ke dalam metode penelitian kuantitatif. Hal ini dikarenakan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan oleh penelitian yang

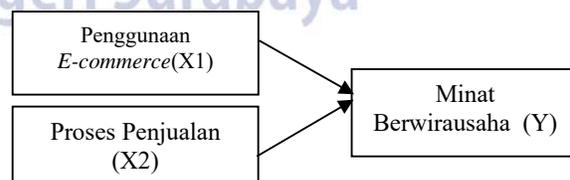
menjelaskan fenomena sosial yang difokuskan pada hubungan antar variabel independen dan variabel dependen yang bersifat sebab dan akibat (Sugiyono, 2013:8). Penelitian kuantitatif ini diambil dalam penelitian karena melalui penelitian ini dapat menghitung besarnya pengaruh penggunaan *E-commerce* dan proses penjualan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri Ngraho di Bojonegoro.

Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal. (Sugiyono, 2013:59), Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat antara dua variabel atau lebih dan data yang dianalisis secara kuantitatif. (Sugiyono, 2013:13), penelitian kuantitatif dalam melihat hubungan variabel terhadap objek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal), sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi dan dependen (dipengaruhi).

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel bebas pengaruh *E-commerce* (X1), dan proses penjualan (X2) dan variabel terikatnya minat berwirausaha siswa SMK (Y).

Pada penelitian ini terlebih dahulu membuat suatu rancangan penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk melancarkan kegiatan penelitian. Rancangan penelitian bisa diartikan suatu proses sebagai strategi mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian yang tepat. Pembuatan rancangan penelitian sendiri bertujuan agar penelitian bisa dijalankan dengan lancar serta rencana kegiatan yang dibuat peneliti untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang valid.

Adapun rancangan penelitian yang dibuat peneliti untuk mengetahui apakah penggunaan *E-commerce* dalam proses penjualan terdapat pengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri Ngraho. Dalam penelitian ini rancangan penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Rancangan Penelitian

Teknik pengumpulan data menggunakan angket validasi dan instrument penelitian. Penentuan ukuran penilaian beserta bobot nilainya validasi media. Skala penilaian validator ditunjukkan pada tabel 1

Tabel 1. Skala Penilaian Validator Media

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Sumber : Sugiono (2013:134)

Setelah jumlah data dari validator didapatkan, langkah selanjutnya adalah menentukan prosentase penilaian validator dengan menggunakan rumus :

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Maksimal}} \times 100 \% \dots\dots\dots(1)$$

Tabel 2. Penilaian Hasil Presentase Validator Media

Kategori	Presentase (%)
Sangat Baik	8,1 – 10
Baik	6,1 – 8
Cukup	4,1 – 6
Tidak Baik	2,1 – 4
Sangat Tidak Baik	0 – 2

Sumber : Sugiono (2013:134)

Dari perhitungan persamaan dapat disimpulkan bahwa hasil validasi berdasarkan aspek-aspek penilaian dikategorikan layak untuk digunakan dengan hasil dalam presentase perhitungan diatas.

Penilaian untuk instrument penelitian menggunakan jawaban dari setiap responden dibuat skor tertinggi adalah satu dan skor terendah adalah nol, untuk alternatif jawaban dalam kuesioner (angket), penulis menetapkan kategori untuk setiap pernyataan positif, yaitu Ya= 1 dan Tidak = 0, sedangkan kategori untuk setiap pernyataan negatif,yaitu Ya = 0 dan Tidak = 1. Untuk Mengetahui Presentase jawaban “Ya” yang diperoleh dari angket maka terlebih dahulu dihitung kemudian ditaruh pada rentang skala presentase.

$$\text{Presentase} = \frac{\text{Rata-rata}}{\sum \text{ Responden}} \times 100 \% (2)$$

Tabel 3. Kriteria Persentase Instrument

Rata-rata Skor (%)	Kriteria
0-20	Tidak Valid
21-40	Kurang Valid
41-60	Cukup Valid
61-80	Valid

81-100	Sangat Valid
--------	--------------

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dibuat dan di validasi. Dalam penelitian pengaruh Pengaruh *E-Commerce* Dalam Proses Peningkatan Penjualan Kewirausahaan SMK Negeri Ngraho – Bojonegoro dilakukan beberapa pembahasan serta peyajian data, diantaranya adalah pembahasan hasil aplikasi, Validasi media, dan analisis hasil instrumen penelitian guna mengetahui hasil dari dilakukannya penelitian tersebut.

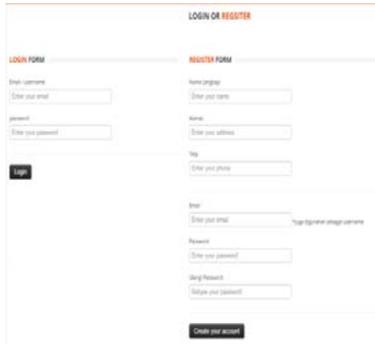
Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan pada di SMK Negeri Ngraho dan kerjasama oleh *Furniture Mebel Galery Pesona Jati* untuk menampung produk siswa sebelum menggunakan *E-commerce*. Peneliti menyebar angket dan melakukan penelitian untuk melengkapi dokumentasi. Penelitian di SMK Negeri Ngraho peneliti melakukan sosialisasi penggunaan *E-Commerce* dan menyebar angket dengan jumlah 96 yang digunakan sebagai sampel yang ditetapkan. Hasil penelitian dimulai dari penjabaran hasil aplikasi media, hasil validasi, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis data, hasil uji hipotesis. Adapun hasil penelitian akan dijabarkan sebagai berikut :



Hasil aplikasi desain dan perancangan yang telah dibuat kemudian di realisasikan ke dalam pembuatan website *E-commerce*. Berikut adalah tampilan dari hasil desain aplikasi *E-commerce*.

Gambar 2. Halaman Utama

Gambar 2. Halaman Utama halaman ini merupakan halaman yang pertama kali diakses oleh *user* atau konsumen. Halaman ini berisi informasi beberapa produk yang dijual oleh kerajinan siswa smk negeri ngraho dari kewirausahaan yang ada di sekolah.



Gambar 3. Halaman Registrasi User

Gambar 3. Halaman Registrasi User dalam sistem ini langkah awal bentuk interaksi transaksi penjualan berlangsung dengan halaman Login dan Registrasi sehingga konsumen dapat melakukan registrasi apabila belum mendapat melakukan login untuk pemesanan barang.

Gambar 5 Pada modul utama berisikan identitas sekolah dan *about as* sehingga dapat update data umum dan kontak sekolah agar konsumen lebih mudah berkomunikasi dengan pihak sekolah untuk bertransaksi.



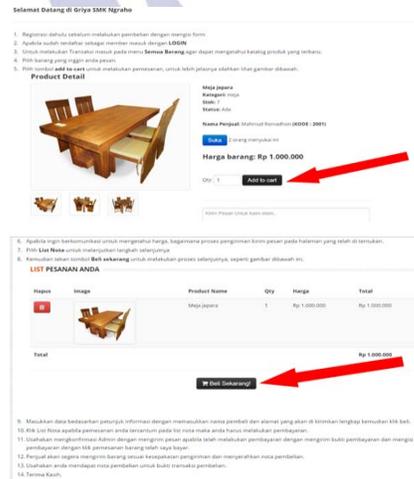
Gambar 6. Halaman Penjual

Gambar 6 merupakan tampilan awal penjual ada total, sehingga penjual dapat mengetahui total barang apa saja yang dibutuhkan serta item yang telah terjual serta dapat membuat laporan keuangan.



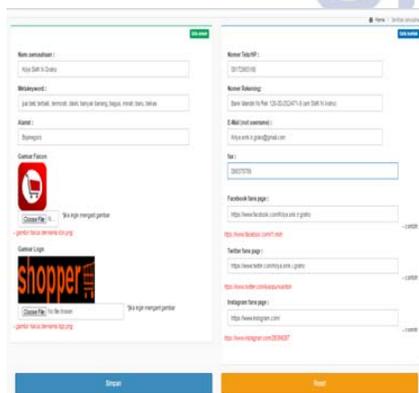
Gambar 4. Halaman Awal Admin

Gambar 4. Halaman Awal Admin merupakan halaman memulai penggunaan E-commerce memerlukan beberapa proses yang dilakukan oleh admin untuk melangsungkan transaksi pembelian. Setelah masuk pada menu admin di halaman admin terdapat: modul utama, modul transaksi, modul produk, dan modul penjualan.



Gambar 7. Petunjuk Pemesanan

Gambar diatas merupakan petunjuk pemesanan untuk pembeli agar lebih mudah untuk melakukan transaksi pembelian. Karena kami ingin melayani dan mempermudah proses penjualan.



Gambar 5. Modul Utama Admin



Gambar 8. Tampilan Semua Produk

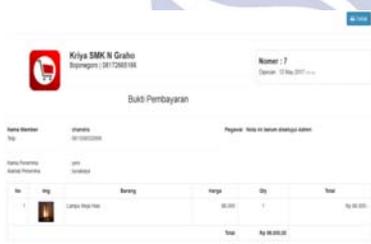
Gambar 8 Tampilan Semua Produk pada halaman ini merupakan tampilan semua produk yang telah di

ditambah oleh penjual. Sehingga pembeli dapat melihat semua produk yang ditampilkan.



Gambar 9. Detail Produk

Gambar 9 Halaman ini menampilkan deskripsi tentang sebuah produk dengan lengkap. Kemudian setelah mendapatkan produk yang sesuai dapat melakukan pemesanan produk dengan klik *Add to cart*, tampilan ini juga menampilkan beberapa variasi produk yang dipilih beserta informasi lainnya seperti jenis ukuran yang ada beserta stok produk yang tersedia sekarang. Apabila konsumen menyukai produk yang di tawarkan dapat mengklik *suka* sehingga muncul pemberitahuan banyaknya konsumen yang menyukai produk tersebut.



Gambar 10. Bukti Pembayaran

Setelah pembeli melakukan konfirmasi pembayaran maka pembeli mendapatkan *invoice* pembayaran produk yang telah dibeli, halaman ini ditunjukkan. Halaman ini adalah bukti pembayaran untuk menjadi bukti pembayaran dan pengiriman produk.

Adanya validasi/penilaian mediapemasaran *E-Commerce* untuk proses penjualan adalah agar menciptakan sarana penjualan untuk publikasi produk kerajinan siswa sebagai penjual, sehingga dapat mempermudah siswa mengelola perekonomian dan transaksi penjualan untuk meningkatkan penjualan. Hasil penilaian didapat melalui validasi media *E-Commerce* yang dilakukan oleh para ahli dapat menjadi suatu media yang bagus dan layak untuk digunakan. Dalam penelitian ini terdiri dari 1 orang Dosen dari LPPM Universitas Negeri Surabaya dan 2 orang Guru SMK mata pelajaran

Kewirausahaan dan guru keahlian Teknik Komputer dan Jaringan (TKJ) SMK Negeri Ngraho Bojonegoro.

Setelah peneliti melaksanakan uji instrumen, maka didapatkan hasil dari jumlah responden sebanyak 96 orang dengan 20 item pertanyaan dan jawaban “ya” diberi skor 1 sedangkan jawaban “tidak” diberi jawaban 0. Jumlah yang menjawab ya pada responden sebelum penggunaan *e-commerce* 427 dan jumlah yang menjawab ya sesudah penggunaan *e-commerce* 1518.

Teknik analisis data menggunakan uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Distribusi normal mengandung arti bahwa data memusat pada nilai rata-rata dan median. Untuk mengetahui bentuk distribusi data kita bisa menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan alat bantu komputer yang menggunakan bantuan program *SPSS for windows* diperoleh hasil:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Sebelum Penggunaan *e-commerce*

		Unstandardized Residual
N		5
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	8,80788409
Most Extreme Differences	Absolute	,221
	Positive	,186
	Negative	-,221
Kolmogorov-Smirnov Z		,494
Asymp. Sig. (2-tailed)		,967

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Asymtotic signifikan* dari *Unstandardized Residual* sebesar $0.967 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan linier berganda memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Sesudah Penggunaan *e-commerce*

		Unstandardized Residual
N		5
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,01275640
Most Extreme Differences	Absolute	,241
	Positive	,241
	Negative	-,170
Kolmogorov-Smirnov Z		,539
Asymp. Sig. (2-tailed)		,934

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *Asymtotic signifikan* dari *Unstandardized Residual* sebesar $0.934 > 0.05$, maka persamaan model regresi

linier berganda memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Uji hipotesis ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji inilah yang akan digunakan untuk mengetahui variabel bebas yang dominan berpengaruh pada variabel terikat

Tabel 6. Koefisien Sebelum Penggunaan E-Commerce

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	36,835	16,741		2,200	
Sebelum_Ecommerce	-.423	,301	-.700	-1,407	,159
Proses_Penjualan	,171	,585	,145	,292	,798

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel penggunaan E-commerce (X1) adalah sebesar 0,105 di dukung pula dengan tingkat signifikansi $0,925 > 0,05$ atau 5%, maka H1 diterima, artinya variabel bebas pengaruh E-commerce (X1) berpengaruh terhadap variabel terikat minat berwirausaha (Y).

Tabel 7. Koefisien Setelah Penggunaan E-Commerce

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	136,646	31,486		4,213	
Penggunaan_Ecommerce	,010	,095	,049	,107	,052
Proses_Penjualan	-.620	,380	-.755	-1,633	,244

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai t hitung untuk variabel proses penjualan (X2) adalah sebesar 0,292 di dukung pula dengan tingkat signifikansi $0,798 > 0,05$ atau 5%, maka H1 diterima, artinya variabel bebas proses penjualan (X2) berpengaruh terhadap variabel terikat minat berwirausaha (Y).

Tabel 8. Uji T Pengaruh (Sebelum dan Sesudah) penggunaan E-commerce

	Mean	N	Std.Deviation	Std. Error Mean
Pair Sebelum	4,45	96	5,707	,582
1 Sesudah	15,81	96	5,707	,583

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Sebelum & Sesudah	96	,565	,000

	Mean	Std. Deviation	Paired Differences		t	df	Sig.(2-tailed)	
			Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower				Upper
Pair 1 Sebelum - Sesudah	-11,365	5,323	,543	-12,443	-10,286	-20,917	95	,000

Dari tabel diatas menunjukkan rata-rata sebelum penggunaan E-commerce 4,45 dan sesudah menggunakan E-commerce 15,81 sehingga nilai minat berwirausaha siswa meningkat setelah menggunakan E-commerce dalam proses penjualan untuk mempersiapkan strategi penjualan kria siswa di SMK Negeri Ngraho. Jumlah responden 96 orang dengan nilai Signifikan $0,00 < 0,05$ maka terdapat perbedaan yang signifikan terhadap penggunaan E-commerce sebelum dan sesudahnya terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri Ngraho.

penelitian ini menunjukkan hasil uji dari peningkatan minat berwirausaha siswa menggunakan E-commerce untuk proses penjualan produk yang dihasilkan siswa untuk mempermudah siswa menjual produknya. Hasil tersebut menunjukkan nilai rata-rata responden 96 orang dengan jumlah pernyataan 20 item sebelum menggunakan E-commerce 22,24 dengan presentase perhitungan jawaban ya sebelum penggunaan E-commerce 22,24 % (Kurang Valid) karena kurang valid tanpa penggunaan media untuk proses penjualan terhadap minat berwirausaha siswa agar meningkatnya penjualan siswa. Sedangkan rata-rata sesudah menggunakan E-commerce terhadap minat berwirausaha siswa meningkat menjadi 79,06 dengan presentase jawaban ya setelah penggunaan E-commerce 79,06 % (Valid) karena Valid menggunakan penggunaan E-commerce untuk proses penjualan terhadap minat berwirausaha siswa agar meningkatnya penjualan siswa.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan tujuan dan pembahasan penelitian di atas penulis akan mencoba menarik kesimpulan yakni sebagai berikut :

- Terdapat pengaruh penggunaan sesudah menggunakan E-commerce yang mempermudah proses bertransaksi jual beli produk kria siswa SMK Negeri Ngraho. E-commerce membantu kesulitan siswa sebelum penggunaan E-commerce untuk

meningkatkan penjualan karya siswa yang telah di produksi.

- Penggunaan *E-commerce* dalam penelitian ini merupakan salah satu sarana untuk mengelola proses penjualan *online* yang dapat diakses oleh siapa saja termasuk siswa SMK sehingga diberikan oleh siswa untuk mempermudah proses penjual kerajinan tangan. Aplikasi *E-commerce* dapat menjadi *alternative* pilihan sebagian besar proses penjualanyang ingin mencari barang ataupun informasi yang sebelumnya menghabiskanwaktu, tenaga, dan uang untuk melakukan transaksi penjualan. Penyajian informasi yang baik dapat dilakukan dengan meng-*update* isi dari situstersebut secara berkala dan sesuai dengan perkembangan zaman sekarang.

Saran

- Meskipun terdapat perbedaan dalam menggunakan e-commerce masih terdapat keterbatasan waktu dan tempat untuk mengetahui peningkatan penjualan siswa SMK Negeri Ngraho, Sehingga peneliti hanya dapat menyajikan responden untuk mengetahui pengaruh penggunaan *E-commerce* terhadap minat berwirausaha siswa.
- Diharapkan komputer yang digunakan dalam *update* data oleh admin mempunyai spesifikasi yang tinggi, sehingga mempermudah dalam pengaksesan data dan sumber daya komputer kita serta secara berkala sesuai dengan perkembangan yang terjadi sekarang ini, sehingga dapat memberikan informasi yang *update* dan teraktual kepada masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Ahkasa, Alen Bima. 2013. *Rancang Bangun Website E-Commerce Hardware Komputer Rakitan CV. Naga Cahaya*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Agatha Dita Kristisada. (2010). Peningkatan Minat Membaca Pelajaran Bahasa Indonesia melalui Layanan Bimbingan Belajar dengan Teknik Diskusi Kelompok pada Siswa Kelas XI AP/AK SMK MARSUDI LUHUR 1 Yogyakarta. Skripsi. FIP-UNY
- Alma, Buchari (2010). Kewirausahaan untuk mahasiswa dan umum Alfabeta. Bandung
- Almilia, S.L, 2009, Penerapan *E-Commerce* sebagai upaya Peninmgkatan Persaingan Bisnis. Jurnal, STIE Perbanas. Surabaya
- Aziz, Ahmad. 2011. Pengaruh Kualitas Pembelajaran Guru Terhadap Minat Siswa Berwirausaha Pada Mata Diklat Kewirausahaan Di Kelas XII

Pemasaran SMKN 1 Surabaya (Skripsi). Surabaya: Universitas Negeri Surabaya

- Badan Pusat Statistika RI. (2014) Jumlah Pengangguran Edisi
- Badan Pusat Statistika RI. (2014) Jumlah Pengangguran Edisi Agustus 2016. Jakarta: Badan Pusat Statistik. (www.bps.go.id/Brs/view/id/1196), diakses tanggal 7 Maret 2016.
- Elinda, Nordiana. 2014. *Peran Jejaring Sosial Media Peningkatan Mahasiswa Untuk Berbisnis Online(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya)*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Universitas Brawijaya.
- Hanifah, Fadwiyah. P. 2014. *E-Commerce alat peraga pendidikan berbasis web dengan open cart*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Kusrini.2007. Strategi Perancangan dan Pengelolaan Basis Data. Yogyakarta. ANDI
- Laksono, Erwin Tri. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Daur Ulang Pada Konsumen UKM Tris Flower Di Jambangan*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Lutfiadi, Ridwan Rahmanto, M. Ikhwan.(2011). *Analisis peran pendidikan kewirausahaan, kepribadian, dan Lingkungan Terhadap Niat Siswa SMK untuk berwirausaha di kota bekasi*. Jurnal Agribisnis dan pengembangan wilayah Vol. 3 No. 1
- Mubarak, Zaini. 2013. Pengaruh Kecakapan Hidup dan Orientasi Masa Depan Terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Siswa Kelas X dan XI SMK Muhammadiyah 2 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013 .Skripsi. Surakarta. UMS.
- Nasir, Moch. 2016. *Pengaruh E-Service Quality dan Diskon terhadap Minat Beli pada Situs Online di Website Zalora.co.id di Surabaya*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Neger Surabaya
- Nurgiantoro. 2014. *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembeli Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing (Studi Pada Konsumen Produk Garskin Merek Sayhello Di Kota Yogyakarta)*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Priyanto, Hidayatullah . 2014. Pemrograman WEB. Bandung : Informatika Bandung.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Turban, E, David King, Jae Lee, Ting – Peng Liang, and Deborrah C. Turban (2010). *Electronic Commerce. A Managerial Perspective Global Edition*. New Jersey: Pearson. Vol. 6.

Wibawa, Setya Chendra. (2014) “Students’ Creative e-Portfolios: Using Android Cell Phone Cameras for Inventive Beauty Photography” *International Conference on Advances in Education Technology*. Conference Paper.
(https://www.researchgate.net/publication/300918288_Students)

Widya Destari, Iis. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan dan kepercayaan terhadap Loyalitas pelanggan pada PT.Ojek Syar’I Surabaya*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

