



Research Article

Perkembangan Teknologi Infomasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online

Farhatun Nisaul Ahadiyah

Universitas Wiralodra Indramayu, farhatunnisaulahadiyah@gmail.com

Copyright © 2024 by Authors, Published by **INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : September 21, 2023

Revised : Oktober 08, 2023

Accepted : November 20, 2023

Available online : January 01, 2024

How to Cite: Farhatun Nisaul Ahadiyah. (2024). Perkembangan Teknologi Infomasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *INTERDISIPLIN: Journal of Qualitative and Quantitative Research*, 1(1), 41-49. <https://doi.org/10.61166/interdisiplin.v1i1.5>

Abstrak Berdasarkan keberadaan internet semakin tidak terhindarkan, pemanfaatan internet telah masuk pada berbagai bidang kehidupan. Semua orang dapat menggunakan internet, termasuk wirausahawan dalam upaya perkembangan bisnisnya. Pengaruh teknologi informasi terhadap seorang pengusaha mempengaruhi pengusaha supaya bisa mengefesienkan waktu untuk berbisnis mempengaruhi pengusaha menjadi serba tau (memperoleh informasi dengan mudah) dan mempengaruhi dalam berkomunikasi. Adapun pengaruh dan peranan system informasi terhadap bisnis banyak yang mempengaruhi bisnis arena teknologi informasi saat ini teknologi informasi sangat penting untuk mempermudah dalam bisnisnya banyak fungsi-fungsi yang sangat penting didalam teknologi untuk seorang pengusaha dalam mengembangkan bisnisnya banyak manfaat yang bisa dirasakan, seorang pengusaha dapat membuat inovasi dan ide-ide dengan memanfaatkan teknologi informasi, dan sangat penting bagi bisnis agar bisa mengikuti tren bisnis dan jual beli saat ini yang hamper semua online yang menggunakan teknologi informasi jadi seorang pengusaha harus sadar akan trennya teknologi informasi didunia bisnis manua maupun bisnis online

Kata Kunci : Teknologi informasi, bisnis, online

PENDAHULUAN

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangatlah pesat dan cepat termasuk di Indonesia sendiri. Dengan adanya teknologi pada dasarnya adalah untuk mempermudah manusia dalam menjalankan sesuatu hal. Teknologi informasi ini sudah banyak digunakan untuk memproses, mengelola data, menganalisis data untuk menghasilkan data atau informasi yang relevan, cepat, jelas dan akurat. Teknologi informasi sudah banyak digunakan dilembaga pemerintahan atau pun perusahaan swasta dan institusi lainnya. Dan perkembangan teknologi informasi telah membuka babak baru dilingkungan masyarakat, termasuk didunia bisnis, sekarang ini para entrepreneur memanfaatkan teknologi informasi ini untuk perkembangan bisnisnya itu sendiri.

Teknologi informasi mulai berkembang sejak era media tulis dan cetak kemudian semakin berkembang hingga sampai di suatu masa dimana masyarakat secara bertahap mulai mengenal teknologi informasi jarak jauh yang merupakan awal munculnya teknologi informasi cepat seperti telpon, radio, televisi, dan computer menjadi satu yang menandai teknologi yang disebut dengan internet.

Didalam dunia bisnis teknologi sangat berpengaruh tren dikalangan pengusaha besar maupun kecil ini dikarenakan sebuah tuntutan pasar saat ini yang selalu berubah mengikuti zamanya. Seorang harus bisa dan mempunyai kemampuan beradaptasi terhadap perubahan teknologi menjadi salah satu aspek yang penting karena mempunyai pengaruh dan pentingnya dalam bisnis seorang pengusaha besar maupun kecil untuk mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya. Perkembangan teknologi juga telah memberi pengaruh yang signifikan terhadap bisnis dan kewirausahaan dimasa depan. Teknologi telah merubah cara kerja dan strategi bisnis, membuka peluang baru, dan juga menimbulkan tantangan baru bagi pelaku bisnis. Perkembangan teknologi informasi telah memungkinkan bisnis untuk melakukan transaksi secara online, mengelola data secara efisien, dan berkomunikasi dengan pelanggan dan mitra bisnis diseluruh dunia dengan mudah.

MODEL PENELITIAN

Studi pustaka Ketika membuat sebuah karya tulis ilmiah, penulis perlu melihat materi-materi yang sesuai dengan kebutuhan penulis. Yang diperoleh dari pustaka-pustaka lainnya. "J.Supranto menyatakan bahwa Studi Pustaka adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan materi data atau informasi melalui jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan", (supranto dalam ruslan:2003:1).

Internet searching

Internet searching merupakan pencarian data melalui media online atau jejaring lainnya dengan fasilitas online. Sehingga memungkinkan penulis dapat memanfaatkan data informasi online yang berupa data ataupun informasi teori cepat dan mudah sesuai dengan kebutuhan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Teknologi informasi

Teknologi informasi adalah suatu proses dari mulai mendapatkan data hingga mengolah dan menganalisis data tersebut hingga tersimpan dengan berbagai cara untuk membuat atau menghasilkan informasi yang berkualitas. Saat ini perkembangan teknologi informasi sangatlah pesat dan cepat termasuk di Indonesia sendiri. Dengan adanya teknologi pada dasarnya adalah untuk mempermudah manusia dalam menjalankan sesuatu hal. Teknologi informasi ini sudah banyak digunakan untuk memproses, mengolah data, menganalisis data untuk menghasilkan data atau informasi yang relevan, cepat, jelas, dan akurat. Teknologi informasi sudah banyak digunakan di lembaga pemerintahan atau pun perusahaan swasta dan institusi lainnya. Dan perkembangan teknologi informasi ini pun telah membuka babak baru di lingkungan masyarakat, termasuk di dunia bisnis, saat ini para entrepreneur memanfaatkan teknologi informasi ini untuk perkembangan bisnisnya itu sendiri.

Kemajuan teknologi informasi menjadi salah satu pertimbangan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Kemudahan serta kualitas yang di tawarkan oleh kemajuan teknologi informasi menjadi nilai plus dan baik di mata masyarakat. Teknologi informasi mempunyai banyak fungsi dalam suatu perusahaan untuk mengatur suatu proses otomatis dan manajemen sistem. Sistem IT dapat menyederhanakan proses bisnis dalam hal mengefisienkan pada proses berkomunikasi. Teknologi informasi dapat membuat para pebisnis lebih dekat dengan konsumen, membantu untuk menurunkan biaya dan agar dapat lebih fleksibel. proses transaksi dengan produk yang di inginkan. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi informasi pada bidang pemasaran yaitu proses transaksi yang begitu mudah dan cepat. Teknologi informasi merupakan satu dari sekian banyak hal yang dibutuhkan dalam perkembangan bisnis terutama bisnis online. Dimana pada saat ini informasi yang dilakukan oleh manusia sebagian dilakukan oleh mesin dalam memproses kegiatan bisnisnya, hal ini dikarenakan teknologi memberikan kemudahan bagi para pebisnis untuk melakukan bisnisnya(Sulaeman, 2018). Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi hampir semua aktivitas organisasi saat ini telah dimasuki oleh aplikasi dan otomatisasi teknologi informasi (Sri Maharsi, 2000).

Pengaruh internet Terhadap Bisnis Online

Bisnis Online berarti segala aktivitas yang menggunakan internet dimana kita bisa berkomunikasi atau berhubungan atau terkoneksi dengan banyak orang melalui dunia maya. Bisnis online didefinisikan sebagai kegiatan menjual barang / jasa untuk mendapatkan keuntungan melalui media internet. Namun menurut Wikipedia Bisnis Online atau yang disebut sebagai Perdagangan Elektronik atau e-dagang adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet dan televisi, www, atau jaringan computer lainnya. E- dagang dapat melibatkan transfer data elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Industri teknologi informasi melihat kegiatan e-dagang ini sebagai

aplikasi dan penerapan dari e-bisnis (e-business) yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, SCM (supply chain management), e-pemasaran (emarketing) atau pemasaran online (online marketing), pemrosesan transaksi online (online transaction processing), pertukaran data elektronik (electronic data interchange/ EDI) dan lain-lain (Ismail, 2018).

Dalam dunia bisnis, faktor-faktor eksternal memengaruhi keberhasilan bisnis seseorang. Faktor-faktor tersebut bisa mengembangkan ataupun memperlambat jalannya bisnis seseorang. Salah satu lingkungan bisnis yang pengaruhnya cukup besar yaitu lingkungan teknologi yang membantu dalam meningkatkan efisiensi selama kegiatan usaha berlangsung, terutama sepanjang proses produksi, atas terciptanya berbagai peralatan dengan teknologi yang canggih sehingga proses produksi dapat lebih singkat dan produktivitasnya serta profit yang di dapat meningkat. Namun saat ini berbisnis itu tidak hanya menghasilkan laba saja. Perkembangan dunia bisnis dapat tetap berjalan seiring dengan perkembangan teknologi karena kemajuan teknologi sangat membantu wirausahawan dalam mempertahankan bisnisnya. Disinilah Internet memiliki pengaruh dalam dunia bisnis Online . yaitu untuk memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam berkomunikasi dengan konsumennya baik secara langsung maupun tidak langsung. Potensi jaringan Internet membuat target yang jauh dan tentu saja memiliki pengaruh yang besar dalam dunia bisnis online atau e-commerce sudah menjadi gaya hidup masyarakat sekarang ini. Apalagi peran media sosial dalam menyediakan situs-situs jaring sosial seperti: Twitter, facebook, dan insragram menjadi salah satu pendorong keberhasilan e-commerce. Media sosial menjadi fasilitator bagi para pengusaha untuk menawarkan berbagai macam produk yang dijualnya dengan memanfaatkan kegiatan networking (memperluas jaringan) keberbagai lapisan masyarakat. Selain itu faktor pendorong keberhasilan e-commerce dalam dunia bisnis adalah menjamunya berbagai blog dan situs web (website) jual beli, contohnya bukalapak.com dan tokopedia.com.

Pada kenyataannya, semakin banyak orang yang berbelanja secara online untuk memenuhi kebutuhannya. Alasan banyaknya orang beralih ke transaksi online yaitu kemudahan dalam bertransaksi. (Yana Siregar et al., 2020).

Peranan Internet terhadap perkembangan Bisnis Online

Berdasarkan ini Internet memiliki pengaruh yang kuat dalam berbagai bidang kehidupan, tidak terkecuali bidang bisnis online. Adapun beberapa peranan pengaruh internet terhadap perkembangan bisnis online di Indonesia antara lain sebagai berikut:

a. Internet Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Internet membawa perkembangan cara berkomunikasi antara individu dengan individu yang lain menjadi hak terbatas ruang dan waktu. Hal inilah yang membuat Internet dapat mendekatkan hubungan antara penjual dan pembeli di dunia maya sehingga para wirausahawan dapat mengerti apa yang menjadi kebutuhan utama konsumen, serta dapat menerima masukan, baik berupa feedback (umpan balik) positif seperti pujian dari konsumen atas pelayanan atau saran untuk perkembangan pemikiran mereka, maupun negatif sebagai kritikan.

b. Internet Membantu dalam Networking dan Penjualan

Internet dengan berbagai jenis aplikasi sosial medianya berperan penting untuk memperluas jaringan (Networking). Apalagi dalam kewirausahaan, networking sangat diperlukan untuk menambah pertemanan. Dengan bertambahnya jaringan, pelanggan akan bertambah pula. Selain itu, keberadaan website jual beli online beserta segala bentuk situs tempur berjualan, baik berupa blog maupun forum, juga dinilai mampu memberikan keuntungan untuk meningkatkan keuntungan dalam hal penjualan keberbagai lapisan konsumen seperti melalui situs-situs Internet yang sudah terkenal di Indonesia.

c. Internet Mempermudah Transaksi Pembayaran

Internet mempermudah transaksi pembayaran secara online. Hal ini menarik minat pelanggan kepada para penjual maupun pembeli karena mereka dapat membayar dan menerima uang tanpa harus keluar rumah, berurusan dengan kemacetan dan tidak perlu membawa uang dalam jumlah tertentu saat keluar rumah. Hanya saja konsumen harus cerdas dan teliti dalam bertransaksi untuk menghindari penipuan. Kemudahan- kemudahan dalam berbisnis melalui media online seringkali disalahgunakan oleh berbagai oknum untuk melakukan penipuan. Jadi apabila telah percaya akan suatu produk teknologi yang mudah digunakan dan dioperasikan maka akan digunakan untuk mendapatkan kemudahan yang diinginkan (Juliansya, 2018).

d. Internet Membantu Pemasaran Produk

Internet dapat membantu dalam kegiatan promosi dan pemasaran mengingat dalam berwirausaha diperlukan promosi yang besar untuk memperkenalkan produk kepada publik. Salah satunya adalah dengan menggunakan web iklan spanduk, yaitu iklan grafis yang ditampilkan dalam halaman web berupa iklan bingkai yang disisipkan di antara ruang-ruang halaman web utama. Situs penerbit iklan menyisihkan ruang tertentu di halaman web tersebut (Yana Siregar et al., 2020).

Dalam dunia bisnis saat ini. Penggunaan teknologi informasi dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta memperluas jangkauan pasar melalui pemanfaatan internet. Namun, teknologi informasi juga memiliki risiko seperti keamanan data dan privasi serta ketergantungan pada teknologi yang dapat mengancam kelangsungan bisnis. Penggunaan teknologi informasi memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Dengan adanya sistem otomatis dan terintegrasi, proses bisnis dapat berjalan lebih cepat dan efisien. Selain itu, teknologi informasi juga memungkinkan perusahaan untuk mengelola dan menganalisis data dengan lebih baik sehingga dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat. Pemanfaatan internet dan media sosial juga memberikan peluang yang besar bagi perusahaan dalam memperluas jangkauan pasar. Dengan memanfaatkan internet, perusahaan dapat memasarkan produk dan jasa mereka keseluruh dunia dengan lebih mudah dan cepat. Selain itu, media sosial juga memberikan

kemampuan bagi perusahaan untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan pelanggan mereka secara langsung, sehingga dapat memperkuat hubungan dengan pelanggan. Namun, penggunaan teknologi informasi juga memiliki risiko seperti keamanan data dan privasi. Dalam mengelola data pelanggan dan transaksi online, perusahaan harus memastikan bahwa data tersebut aman dan terjaga privasinya. Keamanan data dan privasi yang lemah dapat mengancam bisnis perusahaan karena dapat menimbulkan kehilangan kepercayaan pelanggan. Ketergantungan pada teknologi juga menjadi risiko lainnya (Sosial et al., 2023).

E-Commerce Sejalan dengan perkembangan manusia

Bentuk perdagangan terbaru yang kian memudahkan penggunaannya adalah e-commerce. Dalam hal ini, e-commerce berasal dari dua suku kata, yaitu “e” adalah singkatan dari electronic dan commerce. Secara bahasa, electronic berarti ilmu elektronika, alat-alat elektronik, atau semua hal yang berhubungan dengan dunia elektronika dan teknologi. Sedangkan commerce berarti perdagangan atau perniagaan. Secara umum, e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang dan jasa dengan menggunakan media elektronik. (Edwin Kiky Aprianto, 2021) E-Commerce digunakan dalam perusahaan saat ini digunakan karena memiliki beberapa keunggulan, dimana e-commerce adalah media yang dapat digunakan dengan tingkat efisiensi yang tinggi dan dapat dilakukan dimana saja dengan mudah (Purnama et al., 2021). Manfaat penggunaan e-commerce yang dapat dirasakan oleh pengusaha adalah usaha dapat menjangkau pasar internasional (Maulana et al., 2015)

Teknologi informasi bertugas sebagai penyeimbang dan memudahkan kinerja manusia dalam menjalani tugas. Banyak perusahaan yang mencanangkan program investasi di bidang teknologi informasi. Hal ini dilatarbelakangi dengan semua bentuk kepraktisan yang ditawarkan oleh teknologi informasi serta dapat meningkatkan posisi kompetitif dan dapat menghemat biaya. Hal ini dapat mereka lakukan tanpa memandang jarak dan waktu, mereka dapat mengupdate informasi kapanpun mereka inginkan. (Rusdiana dan Irfan, 2019) (Putri Primawanti & Ali, 2022) Menurut riset yang diprakarsai oleh Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA), Google Indonesia, dan TNS (Taylor Nelson Sofres) (Erlangga, 2014), produk fashion tetap mendominasi pasar online sebagai produk yang paling sering dibeli. Riset dilakukan dengan tujuan mengetahui perilaku masing-masing individu dalam berbelanja online dan kategori produk yang disasar (Febriantoro, 2018).

Sejalan dengan berkembangnya dunia Teknologi Informasi, peran TI tidak hanya murni berupa desain aplikasi, pembangunan aplikasi (coding), database, hardware, pembangunan jaringan dan hal teknik lainnya. TI sudah menjadi bagian yang dapat menyumbang lebih terhadap perkembangan bisnis, bahkan dapat meningkatkan sales (Utami, 2010).

E-commerce memiliki beberapa komponen standar yang di miliki dan tidak dimiliki transaksi bisnis yang dilakukan secara offline yaitu :

- a. Produk: banyak jenis produk yang bisa dijual melalui internet seperti komputer, buku, musik, pakaian, mainan, dan lain-lain.

- b. Tempat menjual produk (a place to sell): tempat menjual adalah internet yang berarti harus memiliki domain dan hosting.
- c. Cara menerima pesanan: email, telepon, sms dan lain-lain
- d. Cara pembayaran: Cash, check, bankdraft, kartu kredit, internet payment (misalnya paypal)
- e. Metode pengiriman : pengiriman bisa dilakukan melalui paket, salesman, atau diunduh jika produk yang dijual memungkinkan untuk itu (misalnya software) (Hidayat et al., 2017)

Implementasi e-commerce bagi pengusaha memberikan dampak berupa penghematan biaya operasional dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu keuntungan dari adanya e-commerce adalah tidak membutuhkan ruang fisik yang luas untuk memajang produknya karena langsung ditampilkan secara online, sehingga orang dari manapun dapat melihat produk yang dijual lengkap dengan spesifikasinya. (Rangkuti, 2016). Dan setiap orang bisa memilih barang memberikan banyak kemudahan transaksi, produk yang beraneka ragam ataupun belanja di toko yang menjual kebutuhan konsumen. Kapan saja calon pelanggan bisa memanfaatkan e-commerce tersebut. E-commerce juga memberikan cara – cara baru dalam melaksanakan bisnis, sehingga siapa saja bisa memanfaatkan media tersebut untuk menjadi wirausaha yang mampu menciptakan dan memperluas bisnis secara lebih cepat dan lebih mudah di banding dulu(Yadewani & Wijaya, 2017).

Bisnis E-commerce dapat menggunakan beberapa prinsip atau bahkan semua hal berikut:

- a. Situs web belanja online untuk penjualan ritel langsung ke konsumen. Partisipasi dalam pasar online, yang fokusnya memproses bisnis-ke-konsumen (B2C) atau konsumen-ke-konsumen (C2C).
- b. Penjualan business to business (B2B). Mengumpulkan dan menggunakan data demografi melalui kontak web dan media sosial.
- c. Pertukaran data elektronik business-to-business (B2B) Dengan (Mahir, 2015).

KESIMPULAN

Berdasarkan dengan apa yang telah di uraikan di atas, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :Dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi dapat memudahkan untuk belajar dan mendapatkan informasi yang kita butuhkan darimana saja, kapan saja dan siapa saja. Salah satu wadah yang dirasa paling kita butuhkan dalam dunia teknologi informasi dan komunikasi saat ini ialah Internet. Berdasarkan keberadaan Internet semakin tidak terhindarkan, pemanfaatan Internet telah masuk pada berbagai bidang kehidupan. Penggunaannya pun tidak mengenal usia, latar belakang seseorang. Semua orang dapat menggunakan Internet, termasuk wirausahawan dalam upaya perkembangan usaha bisnisnya.

Tersedianya e-commers juga memudahkan manusia untuk berbelanja. Kegiatan perekonomian dalam terselenggara dari rumah. Oleh sebab itu, teknologi informasi sangat bermanfaat aktif untuk menguatkan peran manusia, yaitu sebagai penyedia informasi dalam tugas dan proses. Teknologi informasi bertugas sebagai

penyeimbang dan memudahkan kinerja manusia dalam menjalani tugas. Banyak perusahaan yang mencanangkan program investasi di bidang teknologi informasi. Hal ini dilatarbelakangi dengan semua bentuk kepraktisan yang ditawarkan oleh teknologi informasi serta dapat meningkatkan posisi kompetitif, dapat menghemat biaya, serta meningkatkan fleksibilitas masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Edwin Kiky Aprianto, N. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* |, 2(1), 1–7. <https://ijabo.a3i.or.id>
- Febriantoro, W. (2018). Kajian Dan Strategi Pendukung Perkembangan E-Commerce Bagi Umkm Di Indonesia. *Jurnal MANAJERIAL*, 17(2), 184. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v17i2.10441>
- Hidayat, S., Suryantoro, H., & Wiratama, J. (2017). Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Perkembangan E-Commerce Di Indonesia. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 415. <https://doi.org/10.24176/simet.v8i2.1165>
- Ismail. (2018). Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan). *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 3(3), 319–335. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=WqtZAawAAAAJ&citation_for_view=WqtZAawAAAAJ:9yKSN-GCBoIC
- Juliansya, A. (2018). Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking. *Ekonomi Dan Bisnis*, 3(6), 15.
- Mahir, P. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Jurnal Neo-Bis*, 9(2), 32–40.
- Maulana, S. M., Susilo, H., & Riyadi. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. In *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 29, Issue 1, pp. 1–9).
- Putri Primawanti, E., & Ali, H. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Executive Support Sistem (Ess) for Business). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(3), 267–285. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i3.818>
- Rangkuti. (2016). Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia. *Researchgate.Net*, December, 1–10. <https://www.researchgate.net/publication/311650384>
- Rossita Rahmawati Wahyu Ramadhan, Asma Shofiya Nabila Bilqis Assyahidah, & Veronika Angel Hera Novita. (2023). Efektivitas Pemasaran Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2022. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i1.11>
- Sosial, J., Teknologi, D., Anggraeni, R., & Maulani, I. E. (2023). 94 *Riska Anggraeni*,

- Isma Elan Maulani PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP PERKEMBANGAN BISNIS MODERN.* 3(2).
- Sri Maharsi. (2000). data. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi tersebut, hampir semua aktivitas organisasi saat ini telah dimasuki oleh aplikasi dan otomatisasi teknologi informasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 127-137.
<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/15673>
- Sulaeman, M. (2018). Pengaruh Sistem Impormasi Manajemen Terhadap Kegiatan Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnisurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 19(1), 64-72.
- Utami, S. S. (2010). PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DALAM PERKEMBANGAN BISNIS Setyaningsih Sri Utami Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 8(1), 61-67.
- Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh e-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal RESTI (Rekayasa Sistem Dan Teknologi Informasi)*, 1(1), 64-69. <https://doi.org/10.29207/resti.viii.6>
- Yana Siregar, L., Irwan Padli Nasution Prodi Manajemen, M., & Negeri Islam Sumatera Utara, U. (2020). *HIRARKI Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis DEVELOPMENT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON INCREASING BUSINESS ONLINE.* 2(1), 71-75. <https://doi.org/10.30606/hjimb>