BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Aplikasi

Aplikasi berasal dari kata *application* yang artinya penerapan, lamaran, penggunaan. Secara istilah aplikasi adalah program siap pakai yang direka untuk melaksanakan suatu fungsi bagi pengguna atau aplikasi yang lain dan dapat digunakan oleh sasaran yang dituju.

2.1.1. Pengertian Aplikasi

Menurut *Jogiyanto* (2005 : 12) , aplikasi adalah penggunaan dalam suatu komputer , instruksi (*instruction*) atau pernyataan (*statement*) yang disusun sedemikian rupa sehingga *computer* dapat memproses input menjadi output .

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005 : 52) , “ Aplikasi adalah penerapan dari rancang sistem untuk mengolah data yang menggunakan aturan atau ketentuan bahasa pemrograman tertentu “ .

Dari defenisi di atas dapat disimpulkan bahwa aplikasi adalah suatu program komputer yang dibuat untuk mengerjakan dan melaksanakan tugas khusus dari pengguna . Aplikasi merupakan rangkaian kegiatan atau perintah untuk dieksekusi oleh komputer .

2.2. *E-business*

E-business atau *electronic-business* adalah penggunakan teknologi untuk meningkatkan bisnis (dari mulai penggunaan *email* sampai prosedur administratif dalam proses pembelian dan penjualan melalui Internet) sedangkan *E-*

Commerce atau *Electronic commerce* adalah dimana transaksi bisnis dilakukan menggunakan jaringan komunikasi elektronik, khususnya Internet.

2.2.1. Pengertian E-Busniess

Menurut *Whiteley* (2000,p226), *E-Busniess* adalah penggunaan suatu jaringan elektronik dan teknologi yang disatukan untuk memungkinkan, memperbaiki, mempertinggi, merubah, bentuk atau menciptakan suatu proses bisnis atau sistem bisnis untuk menghasilkan nilai yang tinggi untuk para pelanggan tetap yang potensial.

e-Busniess dapat diterjemahkan sebagai kegiatan bisnis yang dilakukan secara otomatis dan semi otomatis dengan menggunakan sistem informasi komputer. Istilah yang pertama kali diperkenalkan oleh *Lou Gerstner*, seorang CEO perusahaan IBM ini, sekarang merupakan bentuk kegiatan bisnis yang dilakukan dengan menggunakan teknologi internet. *E-Business* memungkinkan suatu perusahaan untuk berhubungan dengan sistem pemrosesan data internal dan ekternal mereka secara lebih efesien dan fleksibel. *E-Business* juga banyak dipakai untuk berhubngan dengan supplier dan mitra bisnis perusahaan, serta memenuhi permintaan dan melayani kepuasan pelanggan secara baik.

E-Business secara menyeluruh berkaitan dengan proses bisnis termasuk *value chain*: pembelian secara elektronik (*elektronic purchasing*), manajemen rantai suplai *(Supplay Chain Managemant),* pemrosesan order elektonik penanganan dan pelayanan kepada pelanggan dan kerja sama mitra bisnis. *E-Business* memungkin untuk melakukan pertukaran data diantara satu perusahaan dengan perusahaan lain, baik lewat web, internet, intranet, atau kombinasi diantaranya.

2.2.2. Manfaat *E-Business*

Adapun beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari pemanfaatan *E-Business*, antara lain:

1. Mengurangi biaya-biaya yang berhubungan dengan kertas, seperti pos surat, percetakan, laporan, dll.
2. Mengurangi keterlambatan dengan menggunakan transfer *electronic*/ pembayaran yang tepat waktu dan dapat di *check*.
3. Mempercepat pelayanan ke palanggan, dan pelayanan lebih responsif.
4. Meningkatkan pendapatan dengan menggunakan *online channel* yang biayanya lebih murah.

2.2.3. Model – Model *E-Business*

Ada beberapa model *e-business* diantarnya :

1. *Business-to-consumer(B2C)*

B2C adalah pertukaran jasa, informasi dan atau produk dari perusahaan kepada konsumen menggunakan internet dan teknologi perdagangan elektronik.

B2C tidak telalu membutuhkan akuntabilitas yang baik dan hubungan yang formal dengan pelanggan dalam berinteraksi. Hal ini tentu berbeda dengan B2B yang mensyaratkan hal-hal tersebut demi menjaga profesionalitas dengan perusahaan yang akan menjadi *partner*-nya. Adapun Karakternya adalah:

a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan ke umum. Dapat dilihat oleh semua pengguna internet dimana saja.
b. *Direct relationship* dengan konsumen tanpa campur tangan pihak perantara, seperti distributor. Sehingga harga yang ditawarkan lebih sedikit murah.
c. Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*) dengan mekanisme yang dapat digunakan oleh khalayak ramai. Sebagi contoh, karena sistem *web* sudah umum digunakan maka pelayanan yang diberikan menggunakan basis *web*.
d. Servis yang diberikan berdasarkan permohonan (*on demam*). Konsumen melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.
e. Pendekatan *client/Server* sering digunakan dimana diambil asumsi client(*consumer*) menggunakan sistem yang minimal (berbasis *web*) dan processing (*Business procedure*) diletakan di sisi server (http://www.cert.or.id/~budi/articles/1999-02.pdf, /tanggal 4 November 2013)

2. *Business-to-business(B2B)*

B2B merupakan sistem komunikasi bisnis antar pelaku bisnis atau transaksi secara elektonik antar perusahaan yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas prosuk yang besar. Karekteristik dari *businees to business* adalah :

a. *Trading partnet* : pertukaran informasi hanya berlangsung antar mereka dan karena sudah mengenal, maka pertukaran dilakukan atas dasar kebutuhan dan kepercayaan.
b. Pertukaran data dilakukan secara berulang dan berkala dengan format data telah disepakati. Jadi pelayanan yang dipergunakan antar kedua sistem tersebut sama dan menggunakan standar yang sama pula.
c. Salah satu pelaku harus mengunggu partner meraka lainnya untuk mengirim data.
d. Model yang umum digunakan adala *peer to peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.

3. *Consumer-to-consumer(C2C)*

C2C adalah model bisnis e-*commerce* dimana konsumen menjual kepada konsumen lain menggunakan perusahaan perantara (*broker*) atau lelang elektronik. Ciri *E-Business* ialah tumbuhnya lelang secara online dan pasar-pasar elektronik. Terdapat tiga bentuk e-*business* semacam ini, yaitu :

a. Lelang yang difasilitasi oleh portal, seperti *ebay*, yang memungkinkan adanya penawaran saat itu juga terhadap barang yang sedang ditawarkan melalui internet.
b. *Peer-to-peer system*, seperti model *Napster* yang melakukan bisnis pembagian file-file antara pengguna yang menggunakan

forum *chatting* dan dalam perkembangannya juga terjadi tukar-menukar barang.

c. *Classified ads* atau iklan yang berklasifikasi disuatu situs-situs portal, sebagai contoh iklanbaris.com.

2.3. Reservasi

Reservasi dalam bahasa Inggris adalah *Reservation* yang berasal dari kata *"to reserve"* yaitu menyediakan atau mempersiapkan tempat sebelumnya. Sedangkan *reservation* yaitu pemesanan suatu tempat fasilitas.

2.3.1. Pengertian Reservasi

Pengertian reservasi adalah sebuah proses perjanjian berupa pemesanan sebuah produk baik barang maupun jasa dimana pada saat itu telah terdapat kesepahaman antara konsumen dengan produsen mengenai produk tersebut namun belum ditutup oleh sebuah transaksi jual beli. Pada saat reservasi berlangsung biasanya ditandai dengan adanya proses tukar-menukar informasi antara konsumen dan produsen agar kesepahaman mengenai produk dapat terwujud (Suartana, 1987).

Alasan reservasi menjadi sebuah media yang sangat efektif baik bagi produsen maupun bagi konsumen adalah produsen akan dapat melakukan evaluasi terhadap produk yang akan mereka jual melalui tingkat tinggi rendahnya jumlah reservasi jauh sebelum produk tersebut dijual (barang) ataupun diselenggarakan (jasa), dimana hasil evaluasi tersebut akan membantu produsen untuk menentukan langkah pemasaran yang akan diambil terhadap produk yang akan dijual tersebut (Suartana, 1987).

Sedangkan bagi konsumen melalui media reservasi dapat menimbang terlebih dahulu sebelum membeli produk sampai dengan waktu yang telah ditentukan *(time limit).* Sampai dengan *time limit* yang telah ditentukan produk yang telah dipesan tersebut tidak boleh dijual kepada konsumen lain, karena secara tertulis maupun tidak sampai dengan *time limit* produk tersebut telah dipriotaskan kepada konsumen yang telah melakukan reservasi. Hal ini akan sangat menguntungkan konsumen karena sampai dengan *time limit* yang ditentukan, konsumen dapat melakukan perbandingan dengan produk lain. Selain itu, jika terjadi sesuatu dan lain hal yang mengharuskan konsumen untuk batal membeli produk tersebut, konsumen yang bersangkutan tidak harus membeli produk tersebut (Suartana, 1987).

Reservasi dalam konteks hotel, menurut *Baker,Bradley* dan *Huyton* (2000:36), berarti memesan sebuar kamar (akomodasi) oleh seorang tamu dan didalamnya termasuk tipe kamar yang dipesan secara jelas untuk sejumlah orang dalam periode tertentu. Ketika reservasi dibuat, diharapkan hotel berkomitmen untuk menerima reservasi dan menjamin bahwa kamar yang dipesan tersedia ketika tamu itu datang.

Layaknya perjanjian lainnya, reservasi akan dinyatakan batal apabila terjadi beberapa hal berikut (1) Terjadi sesuatu di luar kendali manusia (bencana alam, perang, dll) sehingga produk tidak dapat dibuat atau diselenggarakan oleh produsen, (2) Konsumen melakukan pembatalan sebelum batas waktu, (3) Terdapat kesalahan pengisian data penting mengenai konsumen pada saat proses reservasi sehingga produsen harus membatalkan reservasi (catatan: tergantung kebijakan masing-masing perusahaan), (4) Tidak dilakukan transaksi terhadap

produk yang dipesan sampai dengan *time limit* yang telah ditentukan, (5) Baik produsen maupun konsumen melakukan hal-hal yang menyebabkan reservasi harus dibatalkan, tergantung perjanjian yang dibuat/ditentukan (Suartana, 1987).

2.3.2. Fungsi Reservasi

Pengertian reservasi tidak hanya terlepas dari fungsi dan tugas dari *reservation* department itu sendiri yaitu: penyediaan tempat baik sebelum tamu atau para tamu datang. Adapun fungsi dari reservasi staff adalah:

a) Menjual produk hotel dengan cara melakukan tehnik penjualan
b) Mempromosikan produk dan fasilitas hotel
c) Mempertahankan pengetahuan tentang produk dan pelayanan yang ada di hotel seperti harga & fasilitas promosi, harga khusus dll
d) Menjalin hubungan yang baik dengan tamu serta mengantisipasi kebutuhan tamu
e) Mencatat dan memproses pemesanan yang dilakukan dengan berbagai macam media
f) Menerima pemesanan kamar yang ada dalam daftar tunggu (*waiting list*)
g) Memproses perubahan pemesanan kamar
h) Mencatat metode pembayaran yang sudah di atur khusus untuk tamu rombongan dan konvensi
i) Melakukan tindakan pencegahan untuk menghindari tamu no show
j) Meminta persetujuan FOM atau finance manager untuk pemesanan kamar yang menginginkan pembayaran kredit
k) Membuat laporan reservasi

l) Mengarsip data pemesanan kamar secara akurat

2.3.3. Manfaat reservasi

Ada beberapa manfaat dari adanya reservasi, diantaranya :

Bagi pengelola:

a) Dapat mengetahui dengan pasti kapasitas pelanggan/wisatawan yang siap untuk melakukan *tour* di hari kemudian
b) Dapat menghitung dengan pasti harga paket wisata (apabila *ready made tour*), sehingga mencegah adanya kekeliruan harga
c) Dapat mempersiapkan permintaan-permintaan khusus dari wisatawan (contoh: makanan khusus untuk vegetarian, bus berfasilitas toilet, TV, dsb)
d) Dapat mempersiapkan kamar untuk tamu sesuai dengan tanggal pemesanan, dan memastikan apakah kamar tersebut sedang penuh atau masih kosong
e) Mempersiapkan segala sesuatu fasilitas tambahan diluar hotel, namun masih dalam permintaan tamu (contoh. kamar mandi khusus orang cacat, dsb)

Bagi wisatawan/tamu:

a) Dapat memepersiapkan segala sesuatu dengan matang sebelum perjalanan wisata dilaksanakan
b) Memudahkan wisatawan mendapat kepastian atas *tour* yang dipesannya
c) Dapat memprediksikan biaya yang akan dikeluarkan untuk berwisata
d) Memudahkan tamu mendapatkan kamar

2.3.4. Prosedur reservasi

Menerima permintaan pemesanan kamar adalah suatu kegiatan atau proses mengumpulkan informasi atau data tentang calon tamu dan orang yang melakukan pemesanan kamar. Informasi yang diperlukan oleh pihak hotel antara lain:

a) Jenis dan jumlah kamar yang diinginkan
b) Jumlah orang yang akan menginap
c) Tanggal kedatangan & tanggal keberangkatan
d) Nama tamu yang menginap di hotel
e) Nama pemesan/ orang yang dapat dihubungi untuk tindak lanjut informasi pemesanan kamar
f) Nama perusahaan atau biro perjalanan
g) Alamat dan nomor telepon perusahaan
h) Rincian kedatangan (waktu & transportasi yang digunakan)
i) Cara pembayaran yang digunakan
j) Permintaan khusus

2.4. Online

Online adalah Segala aktivitas yang menggunakan media *internet* yang dapat menghubungkan, yang memungkin seseorang dapat melakukan komunikasi dengan banyak orang melalui *internet*. *Online* mempunyai jangkauan yang sangat luas, baik dalam negeri ataupun luar negeri.

2.4.1. Pengertian *Online*

Pengertian *online* memang tidak sebatas terhubung dengan internet saja, tetapi *online* merupakan terhubung, terkoneksi, aktif dan siap untuk operasi sehingga dapat menjalin komunikasi dengan atau dikontrol oleh komputer. *Online* juga dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana sebuah komputer atau device terhubung dengan device lain dan biasanya melalui perangkat keras (*hardware*).

2.5. Model – Model Transaksi Secara *Online*

Perkembangan internet di Indonesia dipandang sebagai sebuah peluang menggiurkan oleh beberapa penggiat dunia usaha dengan menawarkan berbagai macam produk hingga jasa secara *online*. Berbelanja produk atau jasa via online memang menawarkan banyak kemudahan, namun demikian masih terdapat stigma yang melekat pada benak calon pembeli mengenai bagaimana pembayaran dilakukan, tingkat keamanan transaksi, kepercayaan dan proses yang harus dijalani. Informasi yang tidak memadai justru akan merubah pemikiran calon pembeli dan akan berpikir sebaliknya bahwa berbelanja online itu ribet dan bertele-tele.

Untuk itu penting sekali bagi para penggiat bisnis *online* agar memberikan informasi yang akurat kepada calon pembeli mengenai berbagai macam jenis pembayaran yang dapat dipilih dan juga kemudahan prosesnya. Berikut ini adalah

beberapa jenis transaksi pembayaran yang sering digunakan pada aktifitas jual beli secara online. Diantaranya adalah sebagai berikut :

1. **Transfer Via Bank**

   Hampir seluruh toko online dan penjual personal di Indonesia menawarkan cara pembayaran transfer via bank. Cara pembayaran ini memiliki kelebihan lebih merakyat karena hampir semua orang mempunyai rekening bank. Namun juga mempunyai kelemahan, untuk memverifikasi pembayaran dibutuhkan waktu yang berbeda antara bank satu dan bank lainnya. Selain itu juga pembeli harus melakukan konfirmasi secara manual dengan cara mengirimkan bukti pembayaran yang telah discan atau melalui fax. Kecuali untuk pembeli yang mempunyai fasilitas sms atau *internet banking*, pembeli masih harus memproses konfirmasi pembayaran secara manual yang cukup memakan energi. Dibutuhkan rasa percaya yang tinggi agar calon pembeli tidak berfikir dua kali untuk melakukan pengiriman dana via bank.

2. **Kartu kredit**

   Kartu kredit merupakan alat pembayaran yang semakin populer, selain memberikan kemudahan dana proses verifikasi, pembeli juga tidak perlu melakukan konfirmasi apapun karena sistem akan melakukan semua tahap transaksi. Akan tetapi karena tidak semua pembeli mempunyai kartu kredit sehingga cara pembayaran ini menjadi pilihan kedua. Bahkan pengguna dengan kartu kredit pun akan berusaha memastikan bahwa toko merchant memiliki tingkat kemanan yang tinggi guna menghindari tindakan pencurian data oleh pihak-pihak tertentu.

3. Paypal

PayPal merupakan sebagai alat pembayaran, *PayPal* tidak hanya memberikan kemudahan tetapi juga memberikan rasa aman karena media transaksi online ini memiliki tingkat keamanan yang nyaris sempurna. Sayangnya cara pembayaran ini tidak begitu populer di Indonesia, namun begitu saya yakin calon pembeli akan terus berkembang dan PayPal akan menjadi salah satu pilihan pembayaran yang menjadi favorit.

4. Rekening Bersama atau *Escrow*

Cara pembayaran yang satu ini kian populer semenjak menanjaknya pamor Kaskus. Sebagian besar penjual dan pembeli di forum tersebut menggunakan jenis pembayaran ini. Rekening bersama melibatkan pihak ketiga dalam proses transaksinya, dana akan ditahan oleh pihak ketiga tersebut sampai barang benar-benar sampai ke tangan pembeli dengan utuh. Setelah barang diterima tanpa cacat, pembeli wajib melakukan konfirmasi ke rekening bersama agar dana dapat diteruskan ke penjual dengan tingkat *fee* yang telah disepakati bersama.

5. *Cash on Delivery* atau COD

COD hampir dapat dikatakan bukan sebagai proses jual beli secara online, karena kedua belah pihak baik penjual ataupun pembeli terlibat secara langsung, bertemu, tawar menawar dan memeriksa kondisi barang baru

kemudian transaksi. Apalagi secara teori, jenis transaksi ini akan mengeliminasi esensi dari transaksi online yaitu kemudahan, kalau pembeli dan penjual masih harus bertemu, tawar menawar dan pembayaran secara langsung maka esensi "kemudahan" yang menjadi slogan transaksi online terhapus.

2.6. Villa

Vila merupakan tempat tinggal sekaligus liburan, biasanya terletak di luar daerah yang berhawa sejuk seperti di pinggiran kota, pegunungan, pantai, biasanya banyak orang yang menggunakan fasilitas villa untuk rekreasibersama saudara – saudara dan keluarga serta banyak dijadikan sebagai rumah kedua disaat ingin beristirahat dari hiruk-pikuk kota. Villa juga banyak yang disewakan bagi yang ingin beristirahat tetapi tak memiliki villa pribadi. Villa yang banyak diminati adalah yang mempunyai sistem keamanan dengan penjagaan gerbang atau sistem *cluster* sehingga privasi dan keamanan penghuni villa terjamin serta dapat menikmati pemandangan dan hawa yang sejuk dengan nyaman.

Musim ramai dimana banyak orang yang mengunjungi villa adalah musim liburan seperti lebaran, natal, tahun baru, imlek, dan sabtu minggu. Villa-villa banyak yang menyediakan fasilitas hiburan seperti taman bermain anak-anak, danau pemancingan, taman-taman yang indah, fasilitas olahraga dan sarana rekreasi. Pembangunan villa banyak berkembang di daerah puncak dan kawasan wisata seperti pantai dikarenakan iklim nya yang sejuk dan berhawa segar namun dekat oleh perjalanan mobil dari ibukota.

2.7. Internet

Menurut tata bahasa *internet* berasal dari bahasa yunani "*inter*" yang berarti "antara". Sementara itu menurut situs *Wikipedia* internet merupakan singkatan dari *interconnection-networking* yang merupakan sistem jaringan yang menghubungkan tiap-tiap komputer secara global di seluruh penjuru dunia. Koneksi yang menghubungkan masing masing komputer tersebut memiliki standar yang digunakan yang disebut *Internet Protocol Suite* disingkat *TCP/IP*. Komputer yang terhubung ke internet akan memiliki kemampuan melakukan pertukaran data dengan sangat cepat.

2.7.1. Pengertian Internet

Internet merupakan sistem global jaringan komputer yang berhubungan menggunakan standar *Internet Protocol Suite* (TCP / IP) untuk melayani miliaran pengguna di seluruh dunia. Ini adalah jaringan dari jaringan yang terdiri dari jutaan jaringan pribadi, umum, akademik, bisnis, dan jaringan pemerintah, dari lokal ke lingkup global, yang dihubungkan oleh sebuah kode array yang luas dari teknologi jaringan elektronik, nirkabel dan optik. Internet juga dapat didefinisikan sebagai interkoneksi seluruh dunia komputer dan jaringan komputer yang memfasilitasi sharing atau pertukaran informasi di antara pengguna.

Elektronik mail (*E-mail*) fitur ini dipakai sebagai media berkirim surat dengan orang lain, tanpa ada batasan waktu, ruang bahkan birokrasi dunia maya yakni kegiatan mencari data atau informasi tertentu di *internet Chatting* fasilitas ini digunakan untuk berkomunikasi secara langsung dengan orang lain di internet.

Pada umumnya fasilitas ini sering digunakan untuk bercakap-cakap atau ngobrol di internet *world wide web* (www) dengan internet ini kita bisa mengambil, memformat, dan menampilkan informasi (termasuk teks, audio, grafik serta video dengan menggunakan *hypertext links*.

Mailing list, fitur ini digunakan untuk dapat berdiskusi secara elektronik dengan menggunakan *E-mail* ke sesama pengguna email. *Mailing list* ini digunakan untuk bertukar infomasi, pendapat dan lain sebagainya. *Newsgroup* digunakan untuk berkoferensi jarak jauh, sehingga kita bisa menyampaikan pendapat dan tanggapan dalam internet. Download merupakan proses mengambil file dari komputer lain melalui internet ke komputer di rumah. *Upload* merupakan proses meletakkan file dari komputer kita ke komputer lain melalui *internet File transfer protocol* (FTP) fungsi ini digunakan untuk melakukan pengambilan arsip atau file secara elektroniok atau transfer file dari satu komputer ke komputer lain di internet.

Beberapa server di internet telah menyediakan file atau dokumen yang dapat untuk di gandakan oleh para penggunanya secara gratis. Telnet fasilitas ini digunakan untuk masuk ke *system computer* tertentu dan bekerja pada *system* komputer lain. fungsi ini digunakan untuk menempatkan informasi yang di simpan pada internet servers dengan menggunakan hirarkhi dan pengguna bisa mengambil informasi tersebut secara mudah dan tentunya gratis.

2.7.2. Manfaat Internet dalam Dunia Usaha dan Bisnis

Manfaat internet dalam dunia usaha memang sungguh besar. Kehadiran dan perkembangan internet telah memberikan banyak manfaat di berbagai bidang

kehidupan manusia. Arus informasi dan ilmu pengetahuan yang bebas diakses, membuat banyaknya daerah yang buta akan informasi perlahan-lahan menjadi mengerti.

1. Menciptakan basis bagi klien atau pelanggan, Untuk mendapatkan klien atau pelanggan baru dan menciptakan basis klien tidak selalu dapat diperoleh dengan mudah. Internet merupakan salah satu alternatif wadah yang tepat untuk dijadikan sebagai tempat untuk basis pertemuan jutaan orang di seluruh dunia. Dengan demikian untuk mendapatkan pelanggan baru lebih mudah dengan adanya kelompok yang besar di internet tersebut.
2. Analisa produk dan pasar, Internet dapat dijadikan tempat yang baik untuk melakukan riset pemasaran karena produsen atau perusahaan dapat langsung berhadapan dengan pelanggan. Analisa pasar akan membantu perusahaan untuk mendapatkan ide dalam pengembangan produk baru yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.
3. Nasehat dan bantuan pakar di bidangnya, Banyak pakar yang ada di internet yang mempublikasikan karyanya untuk diketahui publik. Sering pula kita memperoleh nasehat dan bantuan secara gratis dari para pakarnya tentang masalah yang kita hadapi. Jika kita membandingkannya dengan mendapatkan nasihat dari konsultan, maka kita harus membayar dengan harga yang sangat mahal.
4. Rekruitmen tenaga kerja dan penyedian lowongan kerja Sekarang ini rekruitmen tenaga kerja melalui internet semakin digemari oleh perusahaan-perusahaan. Di internet terdapat banyak sekali daftar lowongan

kerja dan bahkan juga pelamar pun sering pula mempromosikan dirinya melalui internet. Sehingga dengan begitu antara yang membutuhkan tenaga kerja dan pencari pekerjaan dapat saling bertemu di internet.

5. Akses informasi dan penyebaran informasi, Mempublikasikan berita melalui internet dapat tersebar luas melebihi media lainnya. Dalam hal akses informasi, melalui internet pun jauh lebih cepat jika dibandingkan dengan menggunakan fax atau pos. Kita semua dapat mengakses informasi dan menyebarkan informasi dari dan ke penjuru dunia dan juga dapat membuat hubungan secara interaktif dan langsung melalui komputer. Kontak secara interaktif tersebut akan menarik dengan adanya penggunaan chat dan video conferencing.
6. Komunikasi yang cepat dan pengiriman dokumen dengan biaya murah Berbagai fasilitas yang ada di internet telah banyak membuktikan mampu mempercepat komunikasi dengan orang yang dituju. E-mail adalah salah satu contoh yang telah banyak dimanfaatkan oleh banyak orang untuk mengirim dan menerima dokumen. Chat atau video conferencing juga mempercepat komunikasi yang dilakukan di internet. Internet dapat juga digunakan untuk mentransfer dokumen secara online dalam waktu yang singkat.
7. Riset peluang bisni, Banyak yang memanfaatkan internet untuk mencari ide inovatif. Pengguna internet sering memperoleh ide baru tidak hanya disebabkan oleh kebiasaan penelitiannya, tetapi juga ada nya suasana kooperatif di antara pemakai internet. Internet sering pula dijadikan forum komunikasi antara para ahli di bidangnya masing-masing.

2.8. Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*). Bersifat statis apabila isi informasi *website* tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna *website*. Contoh website statis adalah berisi profil perusahaan, sedangkan website dinamis adalah seperti *Friendster*, *Multiply*, dll. Dalam sisi pengembangannya, website statis hanya bisa diupdate oleh pemiliknya saja, sedangkan website dinamis bisa diupdate oleh pengguna maupun pemilik

2.8.1. Pengertian *Website*

Pengertian *Website* adalah disingkat dari *WEB* yaitu sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik itu berupa teks, gambar, video dan audio serta animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet sehingga dapat diakses atau dilihat oleh semua orang pengguna internet dari seluruh dunia. Pada dasarnya sebenarnya *website* dibagi menjadi dua yaitu:

1. *Website* statis artinya web yang halamanya tidak berubah-ubah biasanya untuk melakukan perubahan halaman tersebut dilakukan secara manual dan secara berkala dengan cara merubah kode. Website statis merupakan informasi satu arah yaitu hanya berasal dari pemilik nya saja dan hanya bisa diupdate oleh pemiliknya sendiri juga. Contoh dari website statis yaitu website profil perusahaan.
2. *Website* dinamis artinya web yang halamannya selalu diupdate biasanya pada halaman administrator untuk mengubah dan menambah artikel. Web dinamis ini membutuhkan database untuk menyimpan data tersebut. Webiste dinamis memiliki komunikasi informasi dua arah yaitu dari pengguna dan pemilik website dinamis ini. Sehingga artikel bisa diupdate oleh pengguna dan pemilik website dinamis contohnya website dinamis seperti jejaring sosial seperti *twitter*, *facebook* dan lain-lainnya.