

IMPLIKASI INTERNET TERHADAP STRATEGI BISNIS

(Disampaikan Pada *Focus Group Discussion* Kewirausahaan)

MAKALAH

OLEH :

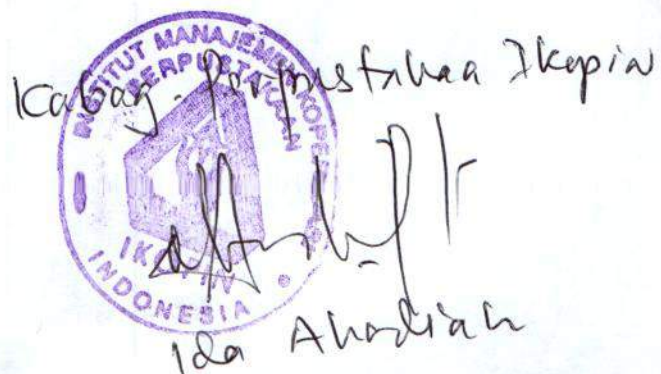
HERI NUGRAHA



INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

JATINANGOR

2001



IMPLIKASI INTERNET TERHADAP STRATEGI BISNIS

MAKALAH



OLEH :

HERI NUGRAHA

Mengetahui :

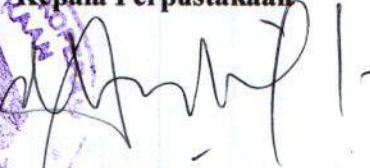

Telah didokumentasi di IKOPIN

Ketua LPPM IKOPIN

Deddy Supriadi. Drs. MSc

Kepala Perpustakaan

Ida Ahadiyah. S. Sos

Kata Pengantar

Atas berkat rahmat Allah SWT, akhirnya Makalah Implikasi Internet Terhadap Strategi Bisnis ini dapat terselesaikan, Makalah ini disusun dalam *Focus Group Discussion* Kewirausahaan yang diselenggarakan oleh LPPM Institut Manajemen Koperasi Indonesia

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak, yang telah memberikan semangat dan masukan-masukan yang sangat berharga untuk kelengkapan Makalah ini.

Akhirnya, penulis berharap semoga Makalah ini dapat memberikan manfaat sebagai pedoman dalam pengelolaan usaha lembaga terkait.

Jatinangor, Juli 2001

Penulis

HERI NUGRAHA

DAFTAR ISI

KATA PENGHANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II IMPLIKASI STRATEGIS ERA INTERNET	5
INTERNET	6
WEBSITE	8
HOME BASED BUSINESS	10
BAB III PELUANG BISNIS DAN ERA INTERNET	12
TERBENTUKNYA "MARKETSPACE"	13
BAB IV PENUTUP	18
DAFTAR KEPUSTAKAAN	20

BAB I

PENDAHULUAN

Krisis ekonomi yang mendera bangsa Indonesia, Tidaklah banyak memberikan pengaruh terhadap arah perkembangan kecenderungan dunia global di awal abad ke-20. Setidaknya trend global tetap bergulir seiring berputarnya sang waktu. Krisis yang ada hanyalah penghambat laju globalisasi, dan tidak akan pernah merubah arah dan tujuan dari globalisasi itu sendiri.

Masyarakat informasi (Informasi Society) dalam buku **MEGATREND 2000**, yang diprediksi Futurolog populer, **John Naisbitt**, adalah suatu titik yang akan dituju oleh seluruh ummat manusia, yang saat ini sedang mengarah ke bentuk utuhnya.

Di Indonesia, informasi oleh sebagian masyarakatnya telah disadari sebagai kebutuhan pokok, disamping kebutuhan akan pangan, sandang dan papan. Begitu hausnya masyarakat akan informasi, sehingga oplah penjualan surat kabar tinggi, stasiun televisi semakin banyak dengan menyuguhkan sajian yang apik dan menarik, alat-alat komunikasi semacam telepon, handphone dan faq laris terjual –dalam masyarakat kota- bahkan menjadi trend mode dan gengsi tersendiri bagi pemiliknya.

Selanjutnya informasi telah berubah menjadi sebuah komoditi yang dapat diperdagangkan (*information as a product*). Maka berkembanglah bisnis informasi, baik yang *non profit* seperti: Pusat Informasi Nasional (PIN). Dan apalagi yang *profit motive* seperti: Jaringan televisi CNN, Pusat Data Business Indonesia (PDBI) dan pusat-pusat informasi swasta lainnya.

Mengutip perkataan **Kenichi Ohmae** dalam bukunya yang mengupas globalisasi, yaitu *The Borderless World*, “bahwa Bumi yang dihuni manusia adalah satu pasar yang besar yaitu pasar global”. Bila makna perkataan ini ditilik secara mendalam. Maka dimana-mana terdapat segmen yang sama dari suatu pasar global, yang sama-sama membutuhkan produk global yang sama. Dan tentunya ini akan terjadi bila didorong salah satu faktor utama globalisasi yaitu **Teknologi komunikasi yang mutakhir**.

Rasanya apa yang diungkapkan oleh Kenichi Ohmae saat ini benar-benar terwujud. Bagaimana tidak jika suatu peristiwa di wilayah ujung bumi timur dapat dengan mudah dipantau atau diketahui beberapa saat kemudian di ujung bumi lainnya. Ditambah lagi dengan alat komunikasi yang sudah mampu mengadakan kontak antar benua yang menjangkau tiap sudut dunia. Pada dasarnya bumi yang kita huni sekarang ini benar-benar telah transparan dari segala sisinya.

Eksistensi teknologi komunikasi semakin lengkap dengan kehadiran fenomena yang luar biasa. Dimana pola-pola komunikasi konvensional (Audio) tergantikan dengan pola komunikasi modern yang dikenal dengan **Multimedia** (Audio-visual). Sejak kemunculan teknologi Multimedia segala aktivitas manusia yang dahulu dirasakan sebagai khayalan kini benar-benar menjadi kenyataan.

Internet sebagai salah satu fenomena terbaru dari perkembangan teknologi komunikasi. Telah mampu merevolusi cara-cara komunikasi manusia yang dikendalikan dengan personal computer. Dengan hanya mengandalkan perangkat komputer seseorang dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan bahkan dapat secara langsung bertatap muka dengan orang yang benar-benar dibutuhkan.

Berbagai macam informasi dapat diakses secara mudah dan murah dengan teknologi ini. Sehingga dengan sendirinya hal ini akan memberikan suatu peluang bisnis yang menguntungkan.

Dalam perspektif bisnis maka fakta komunikasi ini, tentunya akan menjadi suatu bahan pemikiran para pengusaha. Sehingga akan melahirkan suatu paradigma baru bisnis yang didasarkan atas perkembangan teknologi komunikasi. Yang mana nantinya para praktisi bisnis akan membangun usahanya.

Paradigma bisnis abad ke-20, adalah paradigma keterbukaan ekonomi teknologi informasi dan demokrasi, dimana semua kota dan daerah dapat melakukan kontak dagang dengan kota yang jauh di mancanegara. Dunia tidak lagi mengenal batas (*borderless world*) karena semakin tidak berarti jarak, waktu dan lokasi. Dunia akan terbuka sepanjang waktu, dijaring oleh sistem transportasi, telekomunikasi dan perjalanan travel yang cepat, murah dan berkesinambungan secara global.

Makalah ini, sedikitnya akan mencoba mengulas tentang Trend Bisnis abad ke-20 yang dikaitkan dengan perkembangan Teknologi Komunikasi baik dalam skala lokal maupun internasional.

Dan lepas dari itu, Maka seluruh masyarakat internasional yang tercakup diantaranya bangsa Indonesia pasti akan menghadapi suatu perubahan global yang merupakan dinamika dari ummat kehidupan manusia dengan ditandainya dengan pergantian abad menjadi abad Milenium yang akan segera menjelang.

BAB II

IMPLIKASI STRATEGIS ERA INTERNET

Pada abad 20 mendatang informasi akan mengambil peranan yang sangat penting dalam dunia bisnis, informasi akan menjadi suatu komoditi yang sangat berharga, seiring dengan itu berkembanglah teknologi internet, media komunikasi informasi termoderen yang melaju dan berkembang sangat pesat.

Sehingga persaingan bisnis pada abad 21 akan mengarah ke persaingan dalam mendapatkan dan memberikan informasi yang lebih cepat, lebih akurat dan lebih brilian.

Tiga Trend Bisnis yang berkembang sangat cepat menghasilkan sebuah peluang bisnis luar biasa

1. **Internet** : saat ini jumlah pengguna internet baru bertambah +70 000 tiap hari dan jumlah pengguna baru diperkirakan akan bertambah +400.000.000 orang dalam kurun tiga tahun mendatang.
2. **Website** : Disebut juga sebagai situs web, merupakan media penyimpan informasi yang ditempatkan kedalam WWW (world wide web) atau jaringan komputer seluruh dunia yang terkoneksi satu dengan yang lain,

sehingga informasi ini bisa diakses oleh seluruh pengguna internet. Setiap detik rata-rata 4 (empat) website baru yang diluncurkan ke dalam jaringan WWW. Meski demikian baru 10 % saja dari pelaku bisnis yang mempunyai Situs Web sendiri.

- 3. Home Based Business (Refferral Program)** : Metoda pemasaran termoderen saat ini yang memotong jalur distribusi dari produsen langsung ke konsumen dan hanya melalui perantara para 'User' dengan menggunakan teknologi internet. 'User' tersebut bertindak juga sebagai distributor perorangan. Diperkirakan 70% produk barang dan jasa akan dipasarkan dengan sistem ini pada tahun 2010 mendatang. Sistem ini tidak sama dengan Sistem MLM konvensional, dengan refferral program maka anda bisa mendapatkan prospek secara Global (seluruh dunia) tanpa beranjak dari rumah anda.

INTERNET

Internet mulai ditemukan di akhir tahun 1960-an sebagai suatu eksperimen Departemen Hankam AS untuk melihat apakah komputer penelitian militer dan komputer perguruan tinggi negeri dapat dihubungkan melalui suatu cara yang mampu menyelamatkan diri dari perang nuklir. Desain

semacam itu dinamakan jaringan tanpa adanya hirarki atau bagian sentral, masing-masing komputer di internet adalah sama satu dengan yang lainnya.

Lama-lama makin banyak Institusi yang menghubungkan jaringan mereka ke Internet di tahun 1970-an dan orang mulai memakainya untuk tujuan masing-masing, seperti tukar menukar surat elektronik dan kelompok diskusi fiksi ilmiah. Pada tahun 1980-an , pihak militer memisahkan diri dan mengambil jaringan milik mereka sendiri. National Science Foundation mengambil alih tanggung jawab perangkat keras dari tangan pemerintah, yang sejak saat itu ditransfer menjadi milik pribadi. Mulai saat itu , tak seorang pun memiliki atau mengoperasikan Internet. Internet adalah komunitas orang yang bekerja sama dengan menggunakan jaringan komputer untuk tukar-menukar informasi.

Saat ini perkembangan Internet begitu pesat sekali, berpuluh-puluh ribu pengguna Internet baru setiap harinya bertambah, beratus-ratus ISP (Internet Servis Provider) didirikan untuk ikut berbisnis. kita bisa mengikuti statistik pertumbuhan internet secara online di headcount.com.

Bagaimana anda membayangkan seperti apa Internet itu ?

Internet adalah jaringan komputer global yang terkoneksi lewat saluran telepon dan kaitan (link) berkecepatan tinggi, sewaktu anda menggunakan Internet, anda akan mengakses Informasi yang tersimpan dikomputer tersebut.

yang disebut sebagai komputer server, dengan menggunakan komputer dan modem yang terkoneksi dengan penyedia layanan internet (ISP). Penyedia layanan internet saat ini cukup banyak, anda tinggal memilih salah satu diantaranya untuk koneksi anda mengakses Internet.

WEBSITE

Jika anda ingin memuat informasi mengenai diri anda atau bisnis anda ke jaringan WWW maka sudah pasti anda memerlukan sebuah Website.

Sebelum anda memahami apa itu Website (Situs Web) sebaiknya anda mengetahui dahulu apa yang dimaksud dengan WWW (World Wide Web) atau biasa disebut Web saja. WWW atau Web sebenarnya tidak sama dengan Internet, Web merupakan salah satu bagian dari Internet, banyak orang lebih mengenali Web dan beranggapan hanya satu-satunya cara untuk menjelajahi Internet.

Web sendiri telah mengambil peranan penting, karena mudah ditelusuri oleh orang awam, yang biasanya mempergunakan Web Browser seperti Internet Explorer atau Netscape Navigator. Web terdiri dan terbentuk dari jutaan Website individu, Website adalah tempat khusus yang dapat Anda kunjungi di Web. Website terdiri atas satu atau lebih halaman (page) atau dokumen web. Bayangkan sebuah buku yang terdiri dari halaman-halaman buku,

halaman-halaman Website teriterkoneksi satu dengan yang lainnya dengan menggunakan satu kaitan (link) sehingga terbentuk satu Website yang utuh.

Informasi yang dapat dimuat dalam sebuah Website sangat banyak ragamnya, selain informasi teks dan gambar halaman Web dapat pula memuat informasi Audio, Video bahkan program aktif. Sehingga saat ini penggunaan Website sebagai media promosi (iklan) dunia bisnis makin meningkat, setiap detik ada 4 Website baru yang diluncurkan ke jaringan WWW. Supaya Website anda bisa ditemukan orang lain dan dilihat isinya maka didalam menempatkan Website tersebut ke dalam WWW akan disertai dengan alamat link (kaitan) yang menuju ke tempat dimana Website anda berada, alamat itu disebut sebagai URL (Uniform Resource Locator), dan formatnya seperti contoh berikutini <http://www.w3.com/> . Dan supaya orang lain dapat mencari lokasi Website anda maka sebaiknya anda mendaftarkan URL anda ke berbagai Search Engine seperti Yahoo, Webcrawler, AltaVista dan lain-lainnya.

Bisnis Websitepun makin berkibar dan menyediakan berbagai macam peluang bisnis Website seperti Sewa Server untuk menempatkan Website (Web Hosting), mendesain suatu Website (Web Design) dan masih banyak yang lain.

HOME BASED BUSINESS

Home based business dicirikan dengan :

1. Bisnis Sendiri
2. Modal & Resiko Kecil
3. Part Time Job
4. Funlimited Income
5. Menggunakan Media Internet

Perkembangan Home Based Bisnis, atau bisnis yang dapat dikerjakan di rumah diawali dengan revolusi di bidang marketing dengan diperkenalkannya sistem penjualan produk secara langsung yang disebut "direct selling" di Amerika Serikat sekitar tahun 1950an, keadaan resesi ekonomi setelah perang dunia II menyebabkan arus distribusi produk tersendat, banyak pengusaha bangkrut, toko-toko tutup dan arus transportasi macet. Penjualan langsung terus berkembang pesat, dari penjualan langsung satu tingkat (single level) berkembang menjadi penjualan langsung bertingkat (multi level) atau terkenal dengan istilah MLM (Multi Level Marketing), sejak itu MLM menjadi industri yang berkembang sangat pesat karena MLM sebenarnya sangat menguntungkan baik bagi Produsen, Konsumen dan Distributor Perorangan yang terlibat di dalamnya.

Saat ini dengan adanya teknologi Internet dan WWW maka MLM konvensional akan menuju ke sitem terbaru yaitu Referral Program Marketing, bedanya dengan MLM biasa adalah Referral Program menggunakan sarana Internet untuk mereferensikan, menjual dan merekrut jaringan sehingga pemasaran produk baik berupa barang atau jasa dengan cepat menyebar ke seluruh dunia. Lihat di menu Links daftar beberapa Referral Program Marketing yang bisa anda dapatkan untuk menghasilkan uang bagi anda.

Sehingga Orang yang menjalankan bisnis Referral Program Marketing benar-benar dapat bekerja di di rumah mereka (Home Based Business), seluruh aktivitas dapat dikendalikan dari rumah saja, seperti order produk, merekrut, meeting, menjual, melihat susunan jaringan dan lain-lainnya.

BAB III

PELUANG BISNIS DAN ERA INTERNET

Dampak nyata dari abad teknologi komputer pada peradaban manusia telah memasuki masa yang paling mengagumkan. Komunikasi jaringan secara digital telah menjadikan dunia ini terhubung sampai seluruh bumi dan ruang dan karena itu seluruh organisasi dunia secara fisik makin saling interdependent dan terintegrasi.

Prasarana ini telah memberikan peluang tumbuhnya aktivitas transaksi antar manusia seluruh dunia dalam suatu **CYBERSPACE**. Perubahan yang sangat drastik dan fantastik telah mengubah seluruh penampilan kegiatan manusia untuk berbagai kepentingan: budaya, bisnis dan penelitian serta entertainment.

Interkoneksi secara elektronik ini menggambarkan bagaimana keterhubungan antar organisasi di dunia ini membentuk suatu jaringan dunia, jaringan global sehingga terbentuk hanya satu: *'global hardware platform'*. Pengaturan lalu lintas informasi dalam cyberspace ini telah dan akan makin mengkaitkan semua kegiatan manusia sebagi suatu jaringan dan sebagai suatu organisasi semu (virtual). Dunia pertukaran ilmu dan pengetahuan akan

menjadi penghantar utama dari kegiatan dalam 'cyberspace' ini. Interaksi manusia dengan komputer dan interaksi kegiatan kerja ini akan meningkatkan kemungkinan terbentuknya :

'Management by wire' dalam era management generasi kelima . Yakni management yang berbentuk *'human networking management'*. Dalam rangka itulah akan terbentuk suatu pola baru bisnis yakni suatu bentuk: "**CYBER BUSINESS**". Sejalan dengan fungsi dan peran teknologi terbentuklah suatu kemampuan *'tele presence technology'* yang lebih banyak bergantung pada perangkat lunak dalam pengoperasian dan pengaturan lalu lintas informasi dunia.

TERBENTUKNYA " ONLINE MARKETSPACE"

Pergeseran peran dan kegiatan manusia yang terikat pada waktu dan tempat dalam melakukan seluruh kegiatannya akan makin bergeser pada kegiatan yang makin sedikit ketergantungannya pada tempat, bahkan makin bergantung dalam suatu ruang terbuka, ruang terhubung yang sekaligus menjadi pasar terhubung (market space). Fakta saat ini :

1. Setiap 30 menit suatu jaringan baru terhubung dalam INTERNET
2. Pertumbuhan pemakai Internet telah menjadi 10 -15 % per bulan

3. Peserta aktif Internet sampai 1995 ini telah mencapai lebih dari 50 juta umat manusia di 148 negara di dunia
4. Setiap 4 menit terjadi penambahan 2 anggota baru dalam jaringan pemakai komersial
5. Saat ini diduga telah ada 60 ribu Bulletin Board System terhubung di dalam Amerika Serikat
6. America Online saat ini telah mempunyai 2 juta pelanggan
7. Aktivitas komersial dalam Internet telah mencapai 100 juta \$ sampai akhir 1995.

Keterlibatan makin banyak orang, makin banyak pihak dalam lalu lintas informasi elektronik ini makin menumbuhkan berbagai kegiatan manusia yang baru dan meninggalkan dan meniadakan yang lama. Berkurangnya penggunaan semua bentuk fisik sebagai media menjadi makin elektronik (**E-mail**) akan mengubah semua pola telekomunikasi dunia.

Pendapatan Indosat (001) dan operator lainnya diduga akan merosot tajam dari kegiatan klasik, menelpon antar negara, karena sebagian besar akan digantikan oleh hubungan lokal lewat telepon, tetapi Internet menghubungkan global melalui perangkat Internet. Tetapi diharapkan pulsa lokal akan meningkat tajam karena berbagai penggunaan dalam rangka komunikasi dengan pulsa lokal akan meningkatkan bisnis tatap muka makin berkurang karena jasa

TELECONFERENCE akan segera menggantikan peran pertemuan rutin, pertukaran informasi yang kontinue. Turunnya biaya perjalanan untuk pertemuan bisnis akan menjadikan efisiensi kerja dan peningkatan nilai dari waktu kerja. Peran komunikasi bisnis makin intensif dan makin menggantikan seluruh mata rantai perjalanan telpon biasa, surat dan dokumen. Bahkan bisnis retail untuk produk dan service tertentu akan dilakukan secara '**online**'.

Berkembangnya semua kegiatan promosi, marketing dan bahkan publicity secara terpadu dalam kegiatan lewat Internet. Peluang utama akan terjadi pada konsultasi dan pertukaran informasi melalui Internet. Jasa profesional dalam berbagai bidang akan tersedia dengan mudah, secara global dan melintasi berbagai bidang yang ada.

Tidak diperlukan lagi ijin secara fisik untuk beroperasi di suatu negara. Bahkan diperkirakan dalam lima tahun mendatang proses pembayaran dengan uang elektronik akan makin lancar, terpercaya dan makin lazim. Kegiatan komersial akan makin bersifat lokal yang interconnected dan seluruh pengetahuan manusia antar benua dapat saling dipertukarkan. Penelitian dan publikasi hasil penelitian akan makin terekspose secara terbuka dan dapat diakses secara meluas. Jasa konsultasi dan jasa pengolahan data sampai '**computing**' yang rumit dan kompleks dapat diselenggarakan lewat pertukaran informasi di dalam Internet.

Perubahan dan pergeseran ini dapat dicontohkan sebagai berikut :

1. Perusahaan yang menjual bunga 800 - THE -ROSE dengan 'delivery service' meningkatkan penjualannya dua kali lipat setelah masuk di Internet.
2. Ceram Corporation dari San Diego menjual workstations dan komponennya senilai \$ 3 million dalam setahun setelah melakukan INTERNET Marketing Campaign.
3. Alain Pinel Realtors, perusahaan real estate di San Jose California, perusahaan yang hampir bangkrut mempunyai 200 agen dan menjual properti senilai \$ 600 million di daratan Amerika, Eropa dan Australia.

Contoh - contoh ini menggambarkan peningkatan keterhubungan dan terjadinya teknologi yang telepresence.

Lokasi telah dan akan digantikan oleh berbagai perangkat yang menjadikan 'online' marketspace jauh lebih powerful. Pada satu waktu tertentu dapat bicara dan berdialog dengan ribuan bahkan jutaan orang pada saat yang sama dan masih bisa ditinggalkan pesannya untuk waktu yang cukup lama.

Anarchy akan terjadi karena tidak ada satupun negara, penguasa dan badan lain yang dapat melakukan pembatasan, pengaturan, sensor, perijinan seperti surat kabar, media elektronik karena terikat pada suatu tempat, dan suatu wilayah hukum. **Online Marketspace akan merupakan suatu proses demokratisasi yang paling leluasa dan paling terbuka.** Setiap orang punya

kesempatan dan punya hak siar dan punya hak menyatakan pendapat melalui internet. Belanja lewat fasilitas ONLINE ini akan ikut meramaikan sektor eceran dan semua sektor belanja barang, service, consulting bahkan training and education.

Masa depan Internet akan mengubah proses berkembangnya ilmu pengetahuan dari lembaga-lembaga yang terbatas menjadi suatu proses yang jauh lebih terbuka. Bisnis akan juga mendapat keuntungan utama dari proses telekomunikasi melalui WEB ini. Pada akhirnya kebudayaan manusia akan didorong untuk mengikuti pola komunikasi dan makin pentingnya tatap muka untuk menjalin proses yang tidak ada dan tidak dapat dilakukan dalam Internet

BAB IV

PENUTUP

Tidak banyak yang menyadari bahwa abad ke-20 sudah terjadi pada dasawarsa 1990-an ini. Runtuhnya *Sosialisme Marxisme Leninisme* di benua Eropa dan masuknya sekitar 2,5 milyar manusia ke dalam sistem pasar bebas, sambil meninggalkan sistem perencanaan total; dan semakin merebaknya pemanfaatan teknologi informasi oleh ummat manusia, telah memberi pertanda yang jelas tentang hal itu. Dilingkungan sekitar Indonesia juga muncul peristiwa-peristiwa yang menandai tibanya abad ke20: AFTA akan terbentuk dalam tahun 2003, APEC tahun 2010 dan tahun 2020.

Walaupun bangsa Indonesia sedang berusaha menyelesaikan krisis ekonomi. Bukan berarti tanda-tanda era informasi tidak dapat dideteksi. Kota-kota besar Indonesia kiranya bisa dijadikan barometer sejauh mana perkembangan bisnis dengan menggunakan basis teknologi komunikasi (internet).

Suatu fakta yang jelas, budaya komputerisasi begitu menjamur baik di kalangan pemerintahan maupun praktisi bisnis. Komputer telah menjadi trend

bisnis. Karena terbukti mampu dengan cepat, akurat dan efisien membantu mempermudah kelancaran suatu jenis usaha –terutama skala besar-.

Serta tidak sedikit pula para pengusaha besar sekarang yang telah memasukan jaringan komputer untuk meningkatkan produktifitas kerja (kualitas dan kuantitas). Mereka telah menyadari menghadapi persaingan bisnis kedepan harus diikuti dengan peningkatan setiap sisi faktor pendukung. Maka mau tidak mau harus didukung dengan akurasi data (informasi) yang lengkap. Dimana dengan data tersebut para bussinesman dapat mengambil keputusan yang cepat dan tepat Informasi tentu akan menjadi kuncinya. Pada saatnya nanti fenomena ini akan datang menghampiri setiap individu yang ada di seluruh penjuru bumi. Kenapa kita tidak coba rintis dari sekarang ?

DAFTAR KEPUSTAKAAN

1. Drs. M. O. Palapah, *Studi Ilmu Komunikasi*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, Bandung 1983
2. Dr. Sjahrir, *Ekonomi Indonesia dalam Perspektif Bisnis*, PT Jurlindo Aksara Grafika, Jakarta 1994
3. Lembaga Management FE-UI, *Majalah Management dan Usahawan Indonesia, Sistem Informasi Manajemen*, No.6 Th XX, Jakarta 1991
4. Lembaga Management FE-UI, *Majalah Management dan Usahawan Indonesia, Strategi Pemasaran Modern*, No.4 Th XXI, Jakarta 1992
5. Lembaga pengembangan Manajemen Indonesia, *Majalah Manajemen, Paradigma Abad ke-21*, No.3 Th I, Jakarta 1996