

RESPONS MAHASISWA TERHADAP *WEBSITE* PURNAMA JAYA FARM SLEMAN

Respons of Students Toward Purnama Jaya Farm Sleman's Website

Ghani Pradita, Sunarru Samsi Hariadi, Harsoyo

ABSTRACT

This study aims to identify creation of Purnama Jaya Farm's website, knowing the response of students toward the website, and the influencing factors of it.

The method used in this research was descriptive approach by survey technique. The sampling of department were done purposively, while the sampling of students was done randomly. The number of total sample was 64 students from Department of Agricultural Socio-Economics from class of 2010 to class of 2013. From each class taken 8 Agribusiness students and 8 Agricultural Extension and Communication students. The analysis methods used proportion test and multiple linier regression analysis.

The result of this research showed that response of students toward Purnama Jaya Farm's website were high. The quality of information and ease of use positively affected toward response of students, while sex, academic program, degree of education, perception, quality of system, and playfulness didn't have significant affect.

Keywords: *Response, Students, Website.*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pembuatan *website* Purnama Jaya Farm, mengetahui respons mahasiswa terhadap *website* tersebut, dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik survei. Pengambilan sampel jurusan dilakukan secara purposif, sedangkan pengambilan sampel mahasiswa dilakukan secara acak. Total sampel berjumlah 64 mahasiswa jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dari angkatan 2010 hingga 2013. Dari setiap angkatan diambil 16 responden yang terdiri dari 8 mahasiswa Agribisnis dan 8 mahasiswa Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian. Metode analisis yang digunakan adalah uji proporsi dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa respons mahasiswa terhadap *website* Purnama Jaya Farm termasuk kategori tinggi. Kualitas informasi dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap respons mahasiswa, sedangkan faktor jenis kelamin, program studi, tingkat pendidikan, persepsi, kualitas sistem, dan *playfulness* tidak berpengaruh nyata terhadap respons mahasiswa.

Kata kunci: *Respons, Mahasiswa, Website.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir slogan *back to nature* semakin populer di kalangan masyarakat. Hal ini kemudian memunculkan trend baru yaitu dijadikannya sektor pertanian sebagai salah satu alternatif bagi dunia pariwisata (Agrowisata). Agrowisata adalah kegiatan wisata yang berlokasi di kawasan pertanian, terutama tanaman perkebunan dan tanaman buah-buahan. Agrowisata menawarkan rekreasi sekaligus menikmati indahnya panorama alam (Rukmana, 2003).

Agrowisata merupakan bisnis yang memiliki prospek cerah untuk dikembangkan di Indonesia. Karena Indonesia memiliki tanah yang luas serta

kekayaan flora yang luar biasa dan unik di masing-masing daerah. Disamping itu wisatawan tidak hanya terbatas dari dalam negeri saja, namun banyak wisatawan asing yang sangat tertarik akan nilai estetika dari keunikan tanaman di berbagai daerah di Indonesia (Tinaprilla dan Martawijaya, 2008).

Salah satu agrowisata yang kini tengah marak dikembangkan di Yogyakarta adalah agrowisata buah naga, salah satunya yaitu Purnama Jaya Farm. Purnama Jaya Farm yang terletak di jalan kaliurang km 10,9, Sleman, Yogyakarta, memiliki lahan seluas 2 ha yang digunakan untuk keperluan wisata. Agrowisata ini memiliki potensi karena selain terletak di daerah perkotaan yang strategis, Purnama Jaya Farm merupakan satu-satunya kebun

wisata yang mengembangkan bibit buah naga yang telah tersertifikasi di Indonesia.

Berkembangnya usaha khususnya di sektor agrowisata yang sangat pesat pada saat ini menjadikan informasi sebagai hal yang sangat penting peranannya dalam menunjang jalannya berbagai kegiatan demi tercapainya tujuan yang diinginkan oleh pihak perusahaan. Informasi merupakan faktor yang sangat vital dalam seluruh rangkaian kegiatan agrowisata khususnya pada sektor promosi. Dalam kegiatan promosi dibutuhkan metode penyebaran informasi yang tepat sehingga calon pengunjung yang melihat ataupun membaca informasi tersebut bisa memperoleh informasi yang lengkap sesuai kebutuhan mereka. Beberapa media informasi yang populer digunakan mayoritas agrowisata di Indonesia yaitu media cetak dan media internet (website). Media internet kini tengah digadag-gadang sebagai media paling efektif mengingat media ini dapat disebarluaskan kemana saja dan dimana saja tanpa terhalang ruang dan waktu.

Saat ini media internet khususnya website sudah banyak digunakan sebagai media penyebaran informasi, promosi dan pemasaran. Hampir semua perusahaan ternama di Indonesia memiliki website resminya masing-masing. Penggunaan internet bertujuan untuk memudahkan proses penyaluran informasi dari pihak perusahaan kepada konsumen dan sebaliknya konsumen juga akan mudah memberikan feedback kepada pihak perusahaan. Banyak perusahaan yang bergerak di sektor wisata yang sudah menggunakan website sebagai salah satu ujung tombak promosi mereka. Beberapa diantaranya yaitu www.pasirmukti.co.id, www.raja-wisata.com, www.yogyes.com, www.wisatabaharilamongan.com, www.mekarsari.com, dan banyak lagi lainnya.

Mengacu pada keadaan di atas, Purnama Jaya Farm belum memiliki website sebagai media informasinya. Untuk itulah pada kesempatan ini penulis mencoba untuk membuat sebuah website sebagai salah satu media penyebaran informasi Purnama Jaya Farm, dengan mempertimbangkan tampilan dan penggunaan yang mudah dipahami pengunjung, mampu mendeskripsikan suasana Purnama Jaya Farm secara jelas dan komunikatif, serta melakukan ujicoba kepada responden untuk mengetahui respons mahasiswa terhadap website yang telah dibuat.

Tujuan

1. Mengidentifikasi pembuatan website Purnama Jaya Farm.
2. Mengetahui respons yang diberikan mahasiswa terhadap website Purnama Jaya Farm.
3. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi respons mahasiswa terhadap website Purnama Jaya Farm.

Tinjauan Pustaka

1. Website Sebagai Media Informasi

Website merupakan kumpulan halaman web yang saling terhubung dan file-filenya terkait. Web terdiri dari halaman, dan kumpulan halaman yang disebut homepage. Homepage berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Menurut Gregorius (2001) biasanya setiap halaman dibawah homepage disebut childpage, yang berisi hyperlink ke halaman lain dalam web.

Media informasi dalam bentuk website sangat berperan penting dalam dunia usaha. Buktinya akhir-akhir ini banyak pengusaha besar maupun kecil telah menggunakan website sebagai salah satu media promosi dalam memasarkan produk ataupun jasa. Fungsi website yang tidak hanya sebagai sarana promosi melainkan juga sebagai upaya untuk meningkatkan prestis (gengsi) dari suatu perusahaan telah membuat banyak pengusaha berani mengeluarkan biaya yang cukup tinggi untuk memiliki media online ini (Anonim, 2013).

2. Respons

Rosenberg dan Hovland mengemukakan pandangan yang dinamakan tripartite, yaitu menempatkan komponen afeksi, kognisi, dan konasi sebagai faktor jenjang pertama dalam suatu model hirarkis. Ketiganya didefinisikan tersendiri dan kemudian dalam abstraksi yang lebih tinggi membentuk konsep sikap sebagai faktor tunggal jenjang kedua (Azwar cit. Fauziah, 2011).

Walgito (2001) menjelaskan tiga komponen yang membentuk struktur sikap :

- a. Komponen kognitif (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.

- b. Komponen afektif (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal yang positif, sedangkan rasa tidak senang merupakan hal yang negatif. Komponen ini menunjukkan arah sikap, yaitu positif atau negatif.
- c. Komponen konatif (komponen perilaku, atau action component), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Respons Mahasiswa Terhadap *Website* Purnama Jaya Farm

a. Faktor Internal

1. Jenis Kelamin

Tjandra (2007) mengemukakan bahwa ada perbedaan computer anxiety pengguna komputer pria dan wanita. Pengguna komputer berjenis kelamin wanita memiliki computer anxiety yang lebih tinggi dibandingkan pengguna komputer yang berjenis kelamin laki-laki. Computer anxiety adalah kecenderungan seseorang menjadi susah, khawatir, cemas, atau ketakutan mengenai penggunaan komputer di masa sekarang dan di masa mendatang.

2. Program studi

Penelitian dilakukan di Fakultas Pertanian dengan melibatkan jurusan Sosial Ekonomi Pertanian dengan dua program studi yang disertakan, yaitu Agribisnis dan Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian. Perbedaan program studi diduga akan mempengaruhi respons mahasiswa terhadap suatu website.

3. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi kemampuan dalam memahami suatu informasi baru yang diterimanya. Pendidikan merupakan faktor paling penting yang dapat mempengaruhi mental seseorang dalam merespons pembaharuan. Mereka yang berpendidikan tinggi relatif lebih cepat dalam menerima teknologi. Begitu pula

sebaliknya mereka yang berpendidikan lebih rendah agak sulit untuk menerima teknologi (Mindayani, 2009).

4. Persepsi

Persepsi seseorang terhadap suatu teknologi didasarkan pada hasil dari penerapan teknologi tersebut (Mindayani, 2009). Suatu teknologi yang terbukti memberikan peningkatan hasil/memiliki nilai lebih, maka pengguna akan menilai bahwa teknologi tersebut baik untuk diterapkan. Persepsi pengguna yang baik terhadap suatu teknologi akan sangat berpengaruh dalam penerapannya. Sehingga semakin baik persepsi pengguna terhadap penggunaan media online (website) maka akan semakin tinggi respon pengguna (mahasiswa).

b. Faktor Eksternal

Menurut Machali (2008), ada beberapa faktor yang menentukan kepuasan pengguna terhadap sistem informasi berbasis website, yaitu :

c. Kualitas informasi

Menurut Machali ada hubungan yang signifikan antara kualitas informasi dengan kepuasan pengguna. Pengakses website akan merasa puas terhadap informasi dalam website apabila informasi yang disajikan di website tersebut berkualitas. Berkualitas di sini berarti informasinya akurat, komplet, disajikan dengan format yang benar.

d. Kualitas Sistem

Selain kualitas informasi, kualitas sistem merupakan salah satu faktor yang cukup berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Kualitas sistem mencakup kehandalan dalam beroperasi, kemudahan akses, mampu memenuhi kebutuhan, dan tepat waktu.

e. Playfulness

Walaupun pengaruhnya tidak begitu besar, aspek playfulness juga dapat menunjang kesuksesan website. Yang dimaksud playfulness di sini adalah mampu memberikan rasa nyaman dan gembira ketika seseorang mengakses website tersebut.

f. Kemudahan penggunaan

Suatu website akan mempunyai nilai guna yang lebih apabila mudah digunakan. Jadi nilai guna website harus dibarengi dengan kemudahan penggunaan. Responden biasanya tidak akan berlama-lama dalam mengakses website sehingga untuk dapat menikmati kebermanfaatannya website harus didukung kemudahan untuk menggunakannya.

METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan / melukiskan keadaan subyek / obyek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat, dan lain lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak. Penelitian deskriptif merupakan usaha mendeskripsikan pada tahap permulaan tertuju pada usaha menemukan gejala-gejala secara lengkap di dalam aspek yang diselidiki, agar jelas keadaan dan kondisinya (Nawawi, 1998).

Secara operasional metode penelitian yang digunakan adalah metode survey. Menurut Jogiyanto (2008), survey adalah metode pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden secara tertulis. survey dilakukan dengan menanyakan pertanyaan-pertanyaan kepada responden tanpa komunikasi secara langsung. Karena survey dilakukan tanpa komunikasi langsung kepada responden-respondennya, maka survey dibedakan dengan wawancara. Wawancara (interview) digunakan untuk menanyakan pertanyaan dengan komunikasi langsung tidak tertulis kepada responden-respondennya. Kuesioner digunakan di survey sebagai instrumen komunikasi menanyakan pertanyaan-pertanyaan dan untuk mendapatkan jawaban-jawaban dari responden.

Meskipun website yang dibuat akan membidik calon pengguna dari berbagai kalangan, namun dalam penelitian ini akan digunakan random sampling. Berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik Purnama Jaya Farm, telah diputuskan bahwa penelitian dilakukan sebelum website resmi diluncurkan dan sebagai uji coba dalam skala yang tidak terlalu besar. Dari hasil penelitian diharapkan akan diketahui bagaimana kualitas website Purnama Jaya Farm dan perbaikan apa saja yang perlu dilakukan sebelum akhirnya dilakukan

peluncuran ke publik. Berdasarkan kriteria tersebut kemudian dipilihlah sampel mahasiswa dari jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Universitas Gadjah Mada, dengan pertimbangan dalam hal ini program studi Agribisnis memiliki pengetahuan yang lebih berorientasi pada agrowisata, sedangkan mahasiswa Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian lebih fokus ke media informasi yang digunakan. Sampel yang diambil sebanyak 16 mahasiswa tiap angkatan dengan masing-masing 8 mahasiswa dari program studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian dan 8 mahasiswa dari program studi Agribisnis. Total ada 4 angkatan yang digunakan sebagai sampel yaitu 2013, 2012, 2011, dan 2010 sehingga jumlah sampel keseluruhan yang diambil berjumlah 64.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu :

1. Untuk menganalisis tingkat respons mahasiswa terhadap *website* Purnama Jaya Farm dilakukan dengan menggunakan uji proporsi dengan rumus sebagai berikut:

$$Z_{hit} = \frac{x/n - P_0}{\sqrt{\frac{P_0(1 - P_0)}{n}}}, \alpha = 10\%$$

2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku komunikasi petani bawang merah di lahan pasir pantai adalah dengan menggunakan analisis linier berganda sehingga didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = A + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + e$$

dimana :

Y = Respons mahasiswa terhadap *website* Purnama Jaya Farm

X1 = Jenis kelamin

X2 = Program studi

X3 = Tingkat pendidikan

X4 = Persepsi

X5 = Kualitas informasi

X6 = Kualitas sistem

X7 = *Playfulness*

X8 = Kemudahan penggunaan

A = Konstanta

e = Kesalahan random

β_{1-8} = Koefisien regresi masing-masing X

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinggi rendahnya respons mahasiswa terhadap *website* Purnama Jaya Farm dapat diketahui dengan uji proporsi. Taraf signifikansi 5%, $x = 40$, $n = 64$, $Po = 50\%$

$$Z_{hit} = \frac{x/n - Po}{\sqrt{\frac{Po(1-Po)}{n}}} \quad Z_{hit} = \frac{40/64 - 0,5}{\sqrt{\frac{0,5(1-0,5)}{60}}}$$

$Z_{hit} = 2$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan uji proporsi, diperoleh Z_{hitung} sebesar 2. Hasil nilai uji proporsi lebih besar dibandingkan dengan nilai Z_{tabel} yaitu 1,645. Hal ini menunjukkan lebih dari 50% mahasiswa memiliki respons yang tinggi terhadap *website* Purnama Jaya Farm.

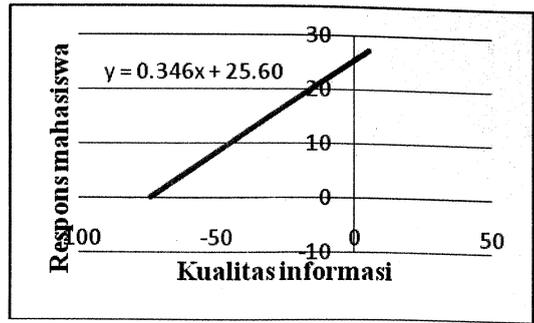
Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi respons mahasiswa terhadap *website* Purnama Jaya Farm digunakan analisis regresi linier berganda metode *backward* sehingga muncul hasil regresi (Model 7) pada Tabel 1.

Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai variabel-variabel yang berpengaruh signifikan terhadap respons mahasiswa.

1. Kualitas Informasi

Hasil analisis regresi (Model 7) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kualitas informasi sebesar 0,008 lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Variabel kualitas informasi mempunyai thitung sebesar 2,726 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,669. $t_{hitung} > t_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang artinya kualitas informasi berpengaruh nyata terhadap respons mahasiswa.

Berdasarkan Gambar 1. dapat dilihat bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh positif (+) terhadap variabel respons mahasiswa. Tanda positif



Gambar 1. Grafik Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Respons Mahasiswa terhadap *Website* Purnama Jaya Farm

(+) pada koefisien regresi menunjukkan bahwa arah hubungan antara variabel kualitas informasi dan respons mahasiswa adalah searah. Berdasarkan persamaan regresi, nilai konstanta sebesar 25,602. Apabila tidak ada pengaruh dari variabel kualitas informasi ($X = 0$), maka nilai respons mahasiswa sebesar 25,602. Nilai koefisien regresi sebesar 0,346 menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel kualitas informasi akan menaikkan variabel respons mahasiswa sebesar 0,346. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis semakin tinggi kualitas informasi maka semakin tinggi respons mahasiswa diterima.

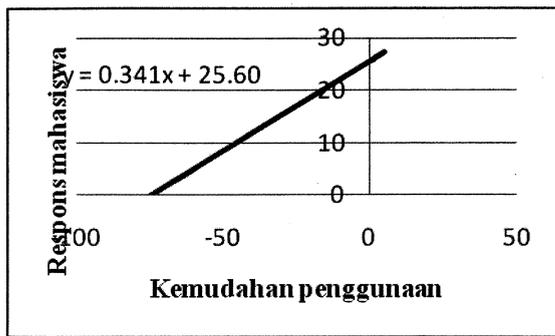
2. Kemudahan Penggunaan

Hasil analisis regresi (Model 7) menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,009 lebih kecil dari taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Variabel kualitas informasi mempunyai thitung sebesar 2,688 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,669. $t_{hitung} > t_{tabel}$, hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang artinya kemudahan penggunaan berpengaruh nyata terhadap respons mahasiswa.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Komunikasi (Model 7)

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig	Ket
Kualitas informasi (X_1)	0,346	2,726	0,008	*
Kemudahan penggunaan (X_2)	0,341	2,688	0,009	*
Konstanta	25,602			
R square	0,380			
Adjusted R square	0,360			
F hitung	18,710			

Keterangan : * signifikansi pada taraf 5%



Gambar 2. Grafik Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Respons Mahasiswa terhadap *Website* Purnama Jaya Farm

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif (+) terhadap variabel respons mahasiswa. Tanda positif (+) pada koefisien regresi menunjukkan bahwa arah hubungan antara variabel kemudahan penggunaan dan respons mahasiswa adalah searah. Berdasarkan persamaan regresi, nilai konstanta sebesar 25,602. Apabila tidak ada pengaruh dari variabel kemudahan penggunaan ($X = 0$), maka nilai respons mahasiswa sebesar 25,602. Nilai koefisien regresi sebesar 0,341 menunjukkan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel kemudahan penggunaan akan menaikkan variabel respons mahasiswa sebesar 0,341. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan maka semakin tinggi respons mahasiswa diterima.

KESIMPULAN

1. Sebagian besar mahasiswa memiliki respons yang tinggi terhadap *website* sebagai media informasi Purnama Jaya Farm.
2. Faktor-faktor yang berpengaruh nyata secara positif terhadap *website* sebagai media informasi Purnama Jaya Farm adalah kualitas informasi dan kemudahan penggunaan.
3. Pada variabel kualitas informasi indikator yang paling rendah adalah kebaruan informasi yang ditampilkan di *website* Purnama Jaya Farm.
4. Pada variabel kemudahan penggunaan indikator yang paling rendah adalah tingkat kemudahan berkomentar pada artikel di *website* Purnama Jaya Farm.
5. Faktor-faktor yang tidak berpengaruh nyata terhadap respons mahasiswa terhadap *website* sebagai media informasi Purnama Jaya Farm adalah jenis kelamin, program studi, tingkat

pendidikan, persepsi, kualitas sistem, dan *playfulness*.

6. Mahasiswa menilai bahwa kualitas informasi, kualitas sistem, *playfulness*, dan kemudahan penggunaan *website* Purnama Jaya Farm baik.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan penelitian dan faktor yang mempengaruhi respons mahasiswa terhadap *website* Purnama Jaya Farm,

1. Untuk meningkatkan respons mahasiswa dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas informasi dan kemudahan penggunaan *website* Purnama Jaya Farm.
2. Kebaruan informasi yang ditampilkan di *website* Purnama Jaya Farm perlu terus ditingkatkan
3. Fitur yang mewajibkan pengakses untuk memasukkan identitas dan email sebelum berkomentar hendaknya dihilangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alif, T. E M. 2010. Respons Masyarakat Terhadap Yogyakarta Terhadap Iklan Televisi Teh Botol Sosro. Skripsi S1 Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Anonim. 2013. Website sebagai media promosi. <http://www.proweb.co.id/articles/general/website_sebagai_media_promosi.html> diakses 11 September 2013.
- Edu Themes. 2012. Keunggulan Website Sebagai Media Promosi. <<http://www.edu-themes.com/2012/08/keunggulan-website-sebagai-media-promosi.html>> diakses 12 Mei 2014.
- Fauziah, F. 2011. Respons Petani Lahan Pasir Pantai terhadap Pemasaran Sistem Lelang Cabai di Kecamatan Panjatan Kabupaten Kulon Progo. Skripsi S1. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hartantyo, Mohammad Dion. 2008. Rancang Bangun Website Kafe Ritual. Skripsi S1. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Komputer. Jakarta.
- Indraswari, R. 1998. Umpan Balik Pendengar Pada Program Siaran Pedesaan di RRI Nusantara II. Skripsi S1. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Jogiyanto. 2008. Metodologi Penelitian Sistem Informasi. Penerbit Andi. Yogyakarta.

- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online. 2013. Pengertian agrowisata. <<http://kbbi.web.id/agrowisata>> diakses tanggal 5 September 2013.
- Krismiaji. 2005. Sistem Informasi Akutansi, Edisi Kedua. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Machali, M. R. 2008. Faktor-Faktor Penentu Kepuasan dan Minat Penggunaan Berkelanjutan Sistem Informasi. Thesis S2. Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Mindayani, N. 2009. Respons Petani terhadap Pengelolaan Tanaman dan Sumberdaya Terpadu pada Budidaya Padi di Kecamatan Banguntapan Kabupaten Bantul. Skripsi S1. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Nawawi. H. 2005. Metode Penelitian Bidang Sosial. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Nugroho, B. 2004. PHP dan MySQL dengan editor Dreamweaver MX. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Oxford Dictionaries Online. 2013. Definition of website <<http://oxforddictionaries.com/definition/english/website?q=website>> diakses tanggal 18 April 2013.
- Pamulardi, B. 2006. Pengembangan Agrowisata Berwawasan Lingkungan (Studi Kasus Desa Wisata Tingkir, Salatiga). Thesis S2. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- Pemerintah Daerah DIY. 2013. Kondisi Geografis Daerah Istimewa Yogyakarta. <<http://www.jogjaprovo.go.id/>> diakses tanggal 12 Mei 2014.
- Priyatno, I. B. 2006. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Respons Pendengar Paket Acara Warung Tani Cipta Pariwara Prima Radio Net Melalui Radio FM Palapa Semarang. Skripsi S1. Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Pratiwi, Winda Martha. 2012. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Reog Ponorogo Berbasis Web pada Sarju Home Industri. Skripsi S1. STIMIK AMIKOM. Yogyakarta.
- Rukmana, R. 2003. Prospek Agribisnis dan Budidaya Lengkeng. Penerbit Kanisius. Yogyakarta.
- Sahwan, F. F. Respons Petani Terhadap Pengelolaan Tanaman dan Sumberdaya Terpadu Padi di Desa Argomulyo Kecamatan Cangkringan Kabupaten Sleman. Skripsi. Fakultas Pertanian. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Subowo. 2002. Agrowisata Meningkatkan Pendapatan Petani. Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian Indonesia vol. 14: 13-16.
- Sutabri, T. 2012. Analisis Sistem Informasi. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tinaprilla dan Martawijaya. 2008. Punya Bisnis Sendiri Itu Nikmat. PT Kompas Media Nusantara. Jakarta.
- Tjandra, R. 2007. Computer Anxiety dari Perspektif Gender dan Pengaruhnya terhadap Keahlian Pemakai Komputer Dengan Variabel Moderasi Locus of Control. Thesis S2. Program Pascasarjana Universitas Diponegoro. Semarang.
- Walgito, B. 2001. Psikologi Sosial. (Suatu Pengantar). Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Yuhfizar, dkk. 2008. Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System. PT Media Elex Komputindo. Jakarta.