



**PENINGKATAN PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG
PEMBELANJAAN ONLINE**

Ary Sutrischastini¹, Yenni Kurnia Gusti^{2*}, Sofiati³, Linawati⁴, Priyastiwi⁵

^{1,2,3,4,5}STIE Widya Wiwaha
yenni@stieww.ac.id*

Article History:

Received: 10-04-2023

Revised: 27-05-2023

Accepted: 05-06-2023

Keywords: Belanja
Online, Kesejahteraan
Masyarakat,
Pembelanjaan

Abstract: Belanja online sudah mengubah cara berbelanja menjadi lebih mudah, tetapi dunia belanja online tidak semuanya baik. Seiring dengan kemudahan yang ditawarkan dalam berbelanja online terdapat pula beberapa masalah yang masih harus dihadapi oleh pelanggan. Berbelanja online sering dimanfaatkan oleh oknum untuk mencari keuntungan dengan cara yang tidak baik sehingga sering terjadi penipuan yang sangat merugikan konsumen. Penyebab utama penipuan dalam belanja online adalah karena kurangnya kehati-hatian konsumen, mudah tergiur dengan harga murah tanpa mengecek kredibilitas toko online. Untuk itu konsumen perlu berhati-hati dalam melakukan transaksi pembelian online. Kegiatan PKM ini menjelaskan tentang kiat aman berbelanja online, berupa pemberian penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat sehingga masyarakat bisa lebih berhati-hati ketika belanja online dan tidak terlalu konsumtif sehingga uang yang ada dapat dialihkan untuk memenuhi kebutuhan yang lain. Pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena dapat membuat keputusan berbelanja yang lebih bijaksana serta menghemat pengeluaran mereka.

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi internet di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat serta mampu memenuhi keinginan masyarakat dalam berbelanja secara praktis yaitu dengan berbelanja *online*. Hal ini ditunjukkan dengan banyak bermunculan situs belanja *online* (*online shopping*) maupun *online electronic commerce* (*e-commerce*). Berdasarkan BPS (2017) jumlah *e-commerce* di Indonesia tumbuh 17 persen dalam kurun waktu 10 tahun. Selain itu hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 171,17 juta jiwa, angka ini merupakan 64,8 persen dari jumlah populasi Indonesia (264,16 juta jiwa). Dibandingkan tahun sebelumnya pengguna internet sekitar 54,68 persen dari populasi 262 juta jiwa atau sebesar 143,26 juta jiwa. Bertambahnya jumlah pengguna internet, maka akan diikuti dengan bertambahnya jumlah konsumen *online*. Menurut sumber berita dari Kompas.com pada tahun 2016 jumlah konsumen *online* mencapai 9,6 persen dari jumlah populasi Indonesia dan meningkat menjadi 10,7 persen pada tahun 2017. Pada tahun 2018 meningkat lagi menjadi 11,9 persen dari total populasi di Indonesia. Menurut Liang dan Lai (2002), perilaku pembelian *online* adalah proses membeli produk atau jasa melalui media internet. Proses pembelian *online* memiliki langkah yang berbeda seperti perilaku pembelian fisik. Kekhasan dari proses membeli

melalui media internet adalah konsumen menggunakan internet dalam mencari informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang mereka butuhkan. Banyaknya kemudahan dalam proses transaksi jual beli melalui internet atau lebih dikenal sebagai transaksi belanja *online* (*e-commerce*), disisi lain dapat menimbulkan masalah seperti munculnya perilaku konsumtif.

Menurut Harahab dan Amanah (2018) bahwa perilaku belanja *online* di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu: *kepercayaan, harga, kenyamanan, kemudahan dan ketersediaan*. Sedangkan faktor lainnya seperti: keamanan, kualitas produk, *website design* dan perilaku konsumtif. Seiring dengan kemudahan yang ditawarkan dalam berbelanja *online*, keadaan ini sering dimanfaatkan oleh oknum yang mencari keuntungan dengan cara yang tidak baik sehingga sering terjadi penipuan saat berbelanja *online*. Penipuan ini sangat merugikan konsumen. Berdasar hasil penelitian dari Nurwita (2015) diketahui penyebab utama dari permasalahan penipuan dalam belanja *online* adalah kurangnya kehati-hatian konsumen, karena mudah tergiur dengan harga murah tanpa mengecek kredibilitas toko *online*. Untuk itu dalam makalah ini akan dibahas tentang kiat aman berbelanja *online*. Keunggulan dan Resiko Belanja *Online* Bagi konsumen *e-commerce* memiliki keunggulan yaitu konsumen dapat mengakses produk tersebut selama 24 jam, efisien waktu dan lebih fleksibel (Suyanto, 2003). Keunggulan tersebut membuat masyarakat menjadi lebih mudah memenuhi kebutuhan hidup mereka karena tidak perlu untuk mendatangi toko yang mungkin jarak toko dari rumah cukup jauh dan membutuhkan waktu serta biaya transportasi yang tidak sedikit.

Menurut Irmawati (2011) manfaat *e-commerce* bagi konsumen adalah: (1) Memungkinkan konsumen berbelanja atau melakukan transaksi lainnya setiap saat (7 hari 24 jam) (2) Memberikan pilihan produk dan pemasok yang lebih banyak pada pelanggan. (3) Memungkinkan konsumen dalam mendapatkan produk dan jasa yang lebih murah, karena konsumen dapat berbelanja di banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat. (4.) Produk yang terdigitalisasi, *e-business* memungkinkan pengiriman produk secara cepat dan *real-time*. (5) Memungkinkan pelanggan berinteraksi dengan pelanggan lainnya dalam elektronik *communities*' dan saling bertukar gagasan dan pengalaman. (6) Memungkinkan pelanggan berpartisipasi dalam lelang virtual. Di samping manfaat bagi konsumen dengan adanya *e-commerce* atau belanja *online* yang sudah diuraikan di atas, ternyata disisi lain terdapat resiko-resiko yang diterima konsumen dengan belanja *online* tersebut.

Menurut Suresh dan Shashikala dalam Ma'ruf (2018), konsumen akan memiliki resiko yang lebih tinggi ketika belanja *online* dibandingkan dengan melakukan pembelian melalui toko. Dalam belanja *online* penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung untuk melakukan kegiatan jual beli. Kekhawatiran yang dapat terjadi dalam belanja *online* meliputi resiko kehilangan uang, proses penyampaian produk, dan ketidaksesuaian produk (Ma'ruf, 2018).

Menurut Turban et al (2004) ada lima resiko yang dihadapi dalam melakukan belanja *online* yaitu: 1. Ketidaksesuaian produk yang dipesan dengan gambar yang ditampilkan 2. Rusaknya barang yang diterima karena rusak dalam pengiriman atau cacat produksi 3. Kesalahan dalam pengepakan yang akan memunculkan kesalahan order baik berupa warna, jumlah maupun tipe. 4. Tidak terkirimnya barang karena hilang atau terlambat. 5. Munculnya penipuan Kiat Aman Belanja *Online*.

Ada beberapa kiat aman dalam berbelanja *online* yaitu:1. Memeriksa identitas penjual Setiap melakukan transaksi belanja *online*, pastikan kontak yang tertera adalah kontak yang masih aktif dan bisa dihubungi. Pastikan juga bahwa kontak yang

dicantumkan cukup lengkap dan jelas, seperti nama toko *online*, alamat penjual, alamat e-mail penjual, dan nomor telepon. 2. Selalu periksa ulasan produk. Hadirnya fitur ulasan dalam toko *online* memiliki maksud yang jelas, yakni agar pelanggan baru bisa memastikan bahwa mereka akan membeli produk yang terpercaya. Pastikan mendapat opini yang cukup jelas sebelum membeli sesuatu secara *online*. 3. Jangan berikan terlalu banyak informasi. Dalam pembelian *online*, data atau persyaratan yang seharusnya diberikan adalah detail kartu kredit, alamat, dan nomor telepon. Jika sebuah toko *online* menanyakan hal lain, seperti nomor keamanan akun anda, maka patut dicurigai. 4. Meminta foto yang ditandai. Saat melakukan pembelian secara *online* selalu ada resiko bahwa foto yang dipasang oleh penjual adalah foto yang diambil situs lain. Sebaiknya meminta penjual untuk mengirimkan foto yang ditandai dengan tanggal foto tersebut dikirim atau penanda lain untuk memastikan foto tersebut asli. 5. Pastikan pembelian dilakukan di situs terpercaya. Jangan percaya terhadap situs yang tidak memiliki tanda gembok didepan alamat situs terutama ketika dalam tahap pembayaran. 6. Periksa persyaratan elektronik. Dalam belanja *online*, seringkali diminta persetujuan terhadap persyaratan elektronik terhadap kartu kredit, kartu debit, dan memeriksa akun anda secara reguler. Hal ini penting untuk mengendalikan biaya penipuan sehingga jika terjadi penipuan, pemilik situs dapat langsung menghubungi bank atau penerbit kartu. 7. Riset *layout* situs. Periksa situs secara menyeluruh untuk memastikan tampilannya profesional. Sebagian situs palsu akan terlihat aneh dengan adanya kesalahan pengejaan, kualitas gambar yang rendah dan lain-lain.

Permasalahan Mitra Mengacu pada analisis situasi, maka permasalahan yang dihadapi mitra adalah masih banyak masyarakat terutama ibu-ibu anggota PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta yang belum memiliki pengetahuan dan sering tertipu ketika mereka berbelanja *online* karena ketidaktahuan mereka akan berbelanja *online* secara aman.

Tujuan dan manfaat pengabdian kepada masyarakat tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah:

1. Meningkatkan pengetahuan ibu-ibu anggota PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta tentang berbelanja *online* secara aman
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya ibu-ibu anggota PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta

Manfaat dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah:

1. Bagi ibu-ibu anggota PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta kegiatan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam berbelanja *online*, sehingga penipuan-penipuan yang sering terjadi di dalam belanja *online* dapat dihindari.
2. Bagi Tim Pengusul, kegiatan ini merupakan salah satu bentuk kegiatan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang diharapkan dapat terjun langsung ke dalam masyarakat untuk membantu mengatasi masalah yang mereka hadapi.

METODE PELAKSANAAN

Persiapan, Pelaksanaan, Evaluasi Kegiatan PKM

Kegiatan ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu yang *pertama* dengan survei awal untuk mengetahui masalah yang dihadapi dan keinginan peserta ceramah dan menyiapkan materi ceramah sesuai dengan topik yang diinginkan oleh peserta, *kedua* melakukan kegiatan ceramah sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan, dan *ketiga* kegiatan tanya jawab kepada peserta ceramah dengan harapan pemahaman para peserta

sesuai harapan. Adapun proporsi kegiatan meliputi pemberian materi pengabdian masyarakat 30%, pelaksanaan kegiatan 40%, dan 30% monitoring dan evaluasi (*money*).

Persiapan sebelum kegiatan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan yaitu dengan melakukan survei awal pada lokasi yang telah ditentukan yaitu dengan menemui pengurus PKK untuk melakukan diskusi awal. Survei awal ini dilakukan dengan tujuan agar kegiatan yang dilakukan tepat sasaran dan bermanfaat membantu mengatasi masalah-masalah yang dihadapi peserta ceramah. Setelah melakukan diskusi, maka tim PKM membuat materi ceramah sesuai dengan masalah yang dihadapi peserta ceramah.

Kegiatan berikutnya adalah pemberian ceramah yang dilaksanakan bersamaan dengan kumpulan rutin PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta yaitu tepatnya pada tanggal 8 Februari 2023 pada pukul 15.30 WIB sampai dengan 18.00 WIB bertempat di Aula Permadi pada saat kegiatan ini dilakukan anggota yang hadir hanya berjumlah 30 orang dari 40 orang anggota PKK Permadi.

Monitoring kegiatan dilakukan yaitu dengan cara setelah dua minggu dari kegiatan ceramah dilakukan, maka tim PKM menanyakan kepada peserta ceramah apakah ada kesulitan dan ketidaknyamanan dalam berbelanja *online* atau tidak. Monitoring ini dilakukan dengan tujuan apakah kegiatan ceramah yang dilakukan sudah dipahami dan dimengerti oleh peserta sehingga kejadian yang tidak diinginkan tidak terjadi.

Evaluasi dari kegiatan ini adalah ada beberapa peserta ceramah dalam hal ini adalah ibu-ibu PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta memiliki usia lanjut, sehingga mereka cenderung awam dan belum familiar dengan dunia teknologi internet. Untuk itu bagi peserta lanjut usia perlu ada pendekatan tersendiri agar tujuan dari kegiatan ini tercapai.

Pola Rekrutmen *Tenant* Peserta

Kegiatan ini diikuti oleh seluruh anggota ibu-ibu PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta dengan jumlah sebanyak 30 orang anggota PKK. Metode pendekatan yang dipergunakan dalam kegiatan ini yang pertama adalah metode ceramah yaitu dengan memberikan penjelasan tentang kiat aman berbelanja *online*. Ceramah dilaksanakan pada saat diadakan pertemuan rutin PKK tepatnya pada hari Sabtu, tanggal 8 Februari 2023. Tujuan dilakukan ceramah adalah untuk memberi pemahaman, pengetahuan dan keterampilan kepada ibu-ibu PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta akan pentingnya sikap berhati-hati dalam melakukan belanja *online* dan tidak mudah tergiur dengan iklan-iklan dalam media *online* sehingga hal negatif berupa penipuan tidak akan terjadi.

Mitra yang terlibat dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah ibu-ibu PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta. Dipilihnya mitra ini karena ibu-ibu PKK Permadi sering mengalami masalah penipuan dalam berbelanja *online*. Permasalahan yang ditemukan yaitu masih banyak masyarakat terutama ibu-ibu anggota PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta yang tertipu ketika mereka berbelanja *online* karena ketidaktahuan mereka akan berbelanja *online* secara aman.

Kegiatan PKM ini menawarkan solusi berupa:

1. Pemberian penyuluhan kepada anggota PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta, maka dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat dalam melakukan belanja *online* secara aman
2. Diharapkan dengan memiliki kemampuan dan bijak ketika berbelanja *online*, sehingga dapat menghemat pendapatan mereka dan pada akhirnya kesejahteraan meningkat.

Kontribusi mendasar pada adalah dengan pemberian penyuluhan terhadap ibu-ibu anggota PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta maka pengetahuan dan

keterampilan tentang berbelanja *online* bertambah sehingga penipuan-penipuan yang sering terjadi di dalam berbelanja *online* dapat dihindari.

Tabel 1. Profil Anggota Kelompok PKK Permadi Yogyakarta

| Umur Responden | | |
|----------------------------|----------------|----------------|
| Umur (Tahun) | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
| 30 – 40 | 3 | 10 |
| 41 – 50 | 12 | 40 |
| 51 – 60 | 10 | 33 |
| 61 – 70 | 3 | 10 |
| 71 – 80 | 2 | 7 |
| Pendidikan Responden | | |
| Pendidikan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
| SD/ sederajat | - | - |
| SMP/ sederajat | - | - |
| SMA/ sederajat | 7 | 23.3 |
| Perguruan Tinggi | 23 | 76.7 |
| Status Pekerjaan Responden | | |
| Bekerja | 9 | 30 |
| Tidak bekerja | 15 | 50 |
| Pensiunan | 6 | 20 |

Sumber: Kartu Keluarga (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini sangat bermanfaat dan membantu bagi ibu-ibu yang sudah terbiasa menggunakan *gadget*. Tetapi bagi ibu-ibu yang sudah usia lanjut memiliki kecenderungan tidak familiar dengan *gadget*, sehingga kegiatan ini menjadi sedikit terhambat. Oleh karena itu perlu dilakukan *treatment* khusus untuk ibu-ibu kelompok ini. *Treatment* khusus ini dapat dijadikan sebagai program lanjutan dengan harapan semua ibu-ibu peserta ceramah dari berbagai usia dapat memanfaatkan teknologi sebaik-baiknya. Dokumentasi dari kegiatan aktivitas ceramah kepada ibu-ibu PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1. Kegiatan Ceramah Kepada Ibu-ibu PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



Gambar 2. Kegiatan Ceramah Kepada Ibu-ibu PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



Gambar 3. Kegiatan Tanya Jawab dengan Peserta Ceramah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



Gambar 4. Kegiatan Tanya Jawab Dengan Peserta Ceramah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



Gambar 5. Kegiatan Tanya Jawab Dengan Peserta Ceramah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)



Gambar 6. Suasana Peserta Ceramah
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Hasil dan luaran dikategorikan menjadi dua macam yaitu luaran wajib dan luaran tambahan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Dan Luaran

| No | Jenis Luaran | Indikator Capaian TS |
|------------------------|---|----------------------|
| Luaran Wajib | | |
| 1 | Publikasi ilmiah jurnal nasional | Ada |
| 2 | Prosiding dari seminar internasional | Tidak Ada |
| 3 | Publikasi pada media cetak/ <i>online</i> / <i>repository</i> PT | Ada |
| 4 | Minimal 5 wirausaha baru mandiri berbasis IPTEK siap beraktivitas di masyarakat | Tidak Ada |
| Luaran Tambahan | | |
| 1 | Publikasi di jurnal internasional | Tidak Ada |
| 2 | Jasa: rekayasa sosial, metode atau sistem, produk | Ada |
| 3 | Inovasi baru | Tidak Ada |
| 4 | Rahasia dagang, desain produk industri | Tidak Ada |
| 5 | Buku ber ISBN | Tidak Ada |

Sumber: Hasil Kegiatan PKM November 2022– Maret 2023

Luaran Berupa Jasa

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini, maka luaran berupa jasa yang ada berupa rekayasa sosial. Bentuk dari rekayasa sosial yaitu pengetahuan dan keterampilan dalam berbelanja *online*. Rekayasa sosial ini memiliki peran yang sangat penting karena dengan pengetahuan dan keterampilan yang cukup maka ibu-ibu PKK Permadi diharapkan dapat memanfaatkan waktu dan uang yang dimiliki dengan lebih baik. Ibu-ibu tidak perlu harus keluar rumah untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehingga waktu yang ada dapat dipergunakan untuk kegiatan lain yang lebih bermanfaat karena cukup dengan memanfaatkan media *online* diharapkan semua kebutuhan dapat terpenuhi. Hal ini juga dapat menghemat uang karena untuk berbelanja tidak lagi mengeluarkan uang untuk transportasi dan melalui belanja *online* ibu-ibu juga diharapkan hanya melakukan pembelian terhadap produk-produk yang dibutuhkan saja.

Luaran Berupa Produk

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat untuk kategori jenis luaran berupa produk yaitu berupa barang-barang yang dibeli oleh ibu-ibu PKK sesuai dengan yang diharapkan.

Luaran Tenant

Diharapkan seluruh anggota PKK Permadi dapat mengikuti kegiatan pengabdian ini. Hal ini dapat dilihat dari presensi kehadiran ibu-ibu PPK Permadi dalam kegiatan. Jumlah anggota ibu-ibu PKK Permadi sebanyak 40 orang dan yang tidak hadir 10 orang karena kegiatan dilakukan pada hari Sabtu sehingga bersamaan pula dengan acara keluarga dan kegiatan lainnya.

Luaran Artikel Ilmiah Yang dipublikasikan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini akan menghasilkan luaran tambahan berupa artikel ilmiah yang dipublikasikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Program Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini berhasil meningkatkan pengetahuan masyarakat dan keterampilan ibu-ibu PKK Permadi tentang pembelian online. Ibu-ibu anggota PKK semakin berhati-hati dalam pembelian *online*, maka hal-hal negatif seperti penipuan yang sering terjadi dalam belanja *online* dapat dihindari.

B. Saran

Disarankan agar seluruh anggota PKK Permadi Condong Catur Sleman Yogyakarta dapat memahami semua materi dengan baik, sehingga diharapkan kelompok ibu-ibu yang masih kurang paham tentang teknologi perlu ada pendekatan khusus. Ibu-ibu kelompok ini biasanya yang memiliki usia lanjut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberi dukungan finansial terhadap pelaksanaan kegiatan ini yaitu pihak kampus STIE Widya Wiwaha Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aco, Ambo dan Andi Hutami Endang (2017), *Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar*, Journal uin-alaussin.ac.id., Diakses tanggal 19 Agustus 2019 pada pukul 20.00 WIB.
- [2] Harahab, Dedy Ansari dan Dita Amanah (2018), *Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus*, Jurnal Riset Manajemen Sain Indonesia (JRMSI), Vol. 9, No. 2, https://www.researchgate.net/publication/328124861_perilaku_belanja_online_di_Indonesia_studi_kasus, Diakses 20 Agustus 2019 pukul 11.00 WIB
- [3] https://id.m.wikipedia.org/wiki/perdagangan_elektronik. Diakses 19 Agustus 2019 pukul 09.00 WIB
- [4] Irmawati, Dewi (2011), Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis, *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*, Edisi Ke VI, November 2011
- [5] Liang, T. P., & Lai, H. J. (2002). *Effect Of Store Design On Consumer Purchases: An Empirical Study Of On-Line Bookstores*. Information and Management, 39(6), 431–444. [https://doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00129-X](https://doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00129-X)
- [6] Ma'ruf, Sabili (2018), *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kegunaan, Persepsi Risiko, dan Kenyamanan Terhadap Sikap Konsumen Dalam Belanja Online (Studi Pada Toko Online Lazada.Com)*, Universitas Negeri Yogyakarta, Skripsi
- [7] Nurwita, Imel (2015), Perancangan Kampanye Waspada Penipuan Saat Belanja Online, <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id>, Vol. 2, No. 2.
- [8] Suyanto, Muhammad (2003), *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- [9] Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, D. (2004), *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [10] Widagdo, Prasetyo Budi (2016), *Perkembangan Elektronik Commerce (E-commerce) di Indonesia*, researchgate.net/publication/311650384/PerkembanganElectronic_Commerce_E-Commerce_di_Indonesia (diakses pada 19 Agustus 2019 pukul 10.00 wib)