

**PELATIHAN *E-COMMERCE* SISWA SMK YPUI PARUNG SEBAGAI
SOLUSI PERBAIKAN PEREKONOMIAN DI MASA PANDEMI COVID-19**

**Budi Apriyanto^{*}, Dede Supriyadi, Pacifico Shorea Rotaria, Enjah Pipit Fitriyadi,
Nur Lingga Setya Dewi**

Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Indonesia

*E-mail: dosen00628@unpam.ac.id

ABSTRAK

Setahun sudah Covid-19 melanda bumi nusantara, sejak itulah perekonomian masyarakat mengalami penurunan. Banyak kebijakan yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya penanggulangan penyebaran serta upaya dalam menstabilkan perekonomian. Salah satunya adalah *e-commerce*, sesuai yang dikemukakan oleh Menteri Perdagangan (Mendag) Agus Suparmanto dalam webinar, bahwa perdagangan secara *online* atau menggunakan platform *e-commerce* merupakan solusi untuk meningkatkan perdagangan di tengah pandemi COVID-19. Hal ini menjadi penting sebab perdagangan yang merupakan salah satu kunci pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah menyadari bahwa *e-commerce* merupakan salah satu solusi mengatasi dampak ekonomi dari pandemi COVID-19. Konsumsi penggunaan internet di masa pandemik semakin meningkat khususnya akses di berbagai *marketplace*, dikarenakan masyarakat lebih memilih berbelanja secara *online* dari rumah dikarenakan untuk menghindari kontak langsung dengan banyak orang. Media sosial merupakan sebuah teknologi yang bisa membuat orang saling terhubung secara *online* baik dalam hubungan personal maupun bisnis. Pelaksanaan pelatihan *e-commerce* dilakukan dengan secara *online*, karena adanya peraturan yang berlaku untuk tetap melakukan kegiatan dan belajar dari rumah, sesuai anjuran dari pemerintah. Materi pelatihan *e-commerce* mencakup teori umum, persiapan, dan contoh berjualan *online* pada *marketplace*. Masyarakat tertarik dan antusias dengan pelatihan ini, dibuktikan dengan aktif bertanya mengenai hal yang belum dipahami atau ingin lebih diketahui terkait *e-commerce*, indikator keberhasilan pelaksanaan program kerja pelatihan *e-commerce* ini tercapai semua dengan baik.

Kata Kunci: *E-commerce*, Ekonomi, Covid-19, *Online*

ABSTRACT

It's been a year since Covid-19 hit the archipelago, since then the community's economy has decreased. Many policies have been carried out by the government in an effort to contain the spread and efforts to stabilize the economy. One of them is e-commerce, as stated by the Minister of Trade (Mendag) Agus Suparmanto in a webinar, that trading online or using an e-commerce platform is a solution to increase trade in the midst of the COVID-19 pandemic. This is important because trade is one of the keys to national economic growth. The government realizes that e-commerce is one solution to overcome the economic impact of the COVID-19 pandemic. Consumption of internet use during the pandemic is increasing, especially access to various market places, because people prefer to shop online from home due to avoiding direct contact with many people. Social media is a technology that can make people connect with each other online both in personal and business relationships. The implementation of e-commerce training is carried out online, due to applicable regulations to continue to carry out activities and study from home, according to recommendations from the government. The e-commerce training material includes general theory, preparation, and examples of selling online on the marketplace. The public is interested and enthusiastic about this training, as evidenced by actively asking about things that are not understood or want to know more about e-commerce, the indicators of the success of the implementation of this e-commerce training work program are all well achieved.

Keywords: *E-commerce*, Economy, Covid-19, *Online*

PENDAHULUAN

Kinerja ekonomi Indonesia kian mengalami pelemahan yang signifikan akibat terjadinya wabah virus corona. Virus Corona merupakan virus mematikan yang menyerang saluran pernafasan manusia, yang juga dapat menyebar dengan cepat. Setelah merebaknya wabah ini, hampir seluruh negara di dunia menghentikan segala aktivitas di luar yang melibatkan banyak orang. Akibatnya, semua sektor kehidupan seperti pendidikan, transportasi, pembangunan dan juga produksi menjadi terhambat. Terhambatnya aktivitas perekonomian secara otomatis membuat pelaku usaha melakukan efisiensi untuk menekan kerugian, sehingga banyak pekerja yang dirumahkan atau bahkan diberhentikan (PHK). Berdasarkan data Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) per 7 April 2020, akibat pandemi Covid-19, tercatat sebanyak 39.977 perusahaan di sektor formal yang memilih merumahkan, dan melakukan PHK terhadap pekerjanya. Total ada 1.010.579 orang pekerja yang terkena dampak ini. Namun, di balik semua musibah yang terjadi pasti ada celah untuk bangkit. Selama pandemi ini, masyarakat membatasi apapun kegiatan mereka termasuk berbelanja. Masyarakat lebih memilih berbelanja secara daring atau online melalui toko *online* atau *online shop*. Sebenarnya budaya berbelanja ini sudah ada sejak dulu, namun intensitasnya semakin tinggi seiring melonjaknya juga kasus Covid-19. Hal ini bisa menjadi celah untuk masyarakat yang terdampak secara ekonomi untuk bangkit, dengan mulai berbisnis atau mengembangkan toko dengan cara *online*. Dengan adanya teknologi yang canggih, semua golongan usia dari mulai remaja sampai lanjut usia pasti bisa mengoperasikan toko *online* dengan mudah sesuai dengan strategi masing-masing.

E-Commerce bisa menjadi salah satu peluang untuk tetap memutar roda ekonomi. Hal ini didukung oleh pola perilaku masyarakat yang berubah dalam hal berbelanja. Percepatan transformasi *e-commerce* menjadikan berbelanja *online* sebagai suatu pilihan yang sangat logis untuk dilakukan masyarakat dikala pandemi. Menurut CEO Blibli, Kusumo Martanto mengungkapkan bahwa terjadi peningkatan permintaan pada *e-commercenya*. Masyarakat mulai beradaptasi akan situasi pandemi dan memilih cara yang lebih aman untuk mendapatkan kebutuhan sehari-hari.

Akan tetapi, peluang pemasaran saat ini tidak diimbangi dengan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi internet untuk melakukan pemasaran produk secara global, misalnya melalui aplikasi *e-commerce* berbasis *web*, sehingga dapat merebut pasar (Solechan A, Natalisty. 2011). *E-commerce* berbasis *Web* akan menjadi solusi dari masalah dan menguntungkan konsumen (Nugrahani. 2011), tetapi ada masalah lainnya dalam implementasi *e-commerce* yaitu keterampilan dalam mengelola aplikasi tersebut, maka solusinya adalah perlu dilakukan pelatihan dan pengenalan agar dapat menggunakan aplikasi *e-commerce* tersebut.

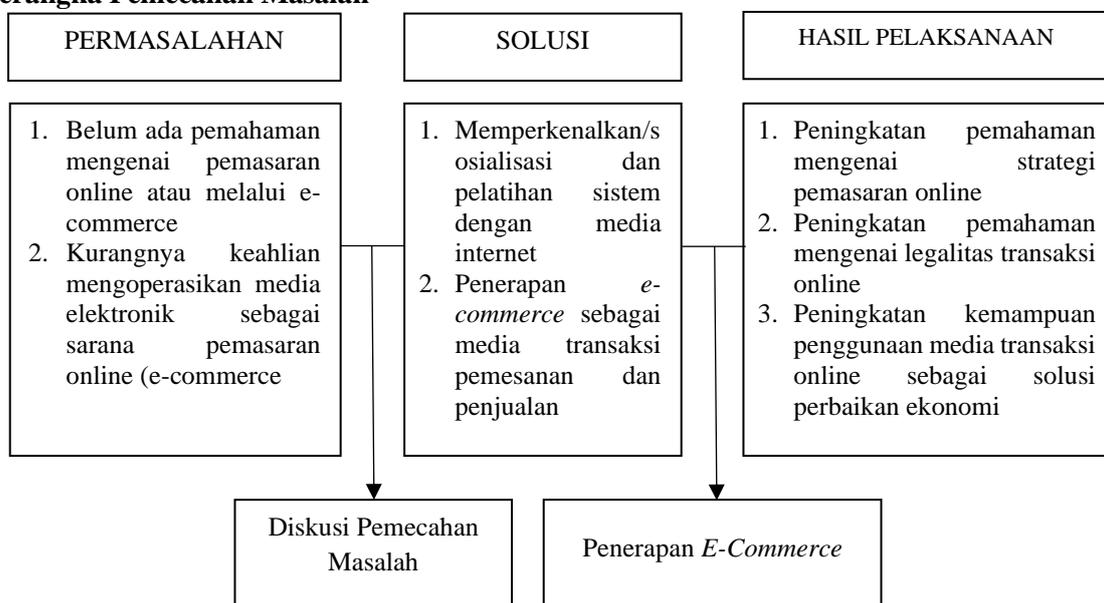
Dari uraian di atas, maka solusi yang disetujui sebagai solusi yang akan dilakukan pada kegiatan

pengabdian kepada masyarakat ini adalah

1. Memberikan pengenalan *e-commerce* dan apa saja manfaatnya yang dapat jika melakukan bisnis melalui aplikasi *e-commerce*
2. Pelatihan penggunaan aplikasi *e-commerce* berbasis *web*, di mana aplikasi ini memiliki kemampuan mengorganisir pesanan konsumen dengan menampilkan status setiap barang.

METODE

Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Memberikan materi berupa pengetahuan tentang perkembangan internet dan peluang yang ada akibat kemajuan internet yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang bisnis baru; Memaparkan contoh-contoh pemasaran maupun penjualan yang sukses dengan memanfaatkan internet khususnya *e-commerce* sehingga hal ini dapat menjadi contoh usaha dan dapat menjadi perangsang untuk melakukan bisnis melalui internet khususnya *e-commerce*; Memberikan panduan teknik/cara melakukan pemasaran melalui internet khususnya *e-commerce*; dan Memberikan kesempatan kepada peserta PKM untuk mengaplikasikan dan bertanya mengenai hal-hal yang belum jelas selama pemaparan materi sehingga peserta makin paham dan mengerti tentang materi yang telah disampaikan.

a. Realisasi Pemecahan Masalah

1. Pemecahan secara hipotesis
 - a) Kemudahan transaksi akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan transaksi.

- b) Dengan Penerapan *E-Commerce* dapat meningkatkan pendapatan dalam perbaikan ekonomi, terutama dalam masa pandemi seperti sekarang ini.
2. Pemecahan secara empirik
- a) Membandingkan jumlah transaksi sebelum dan sesudah penerapan *e-Commerce* periode tertentu.
 - b) Melihat dan membandingkan keuntungan yang di dapat dari laporan penjualan sebelum dan sesudah penerapan *e-Commerce*.

Pengenalan sistem penjualan *e-commerce* merupakan suatu langkah untuk meningkatkan perbaikan ekonomi di masa pandemi seperti sekarang ini, selain itu pula dengan adanya sistem *e-commerce*, melakukan transaksi lebih efektif dibandingkan melalui telepon atau datang langsung ke tempat produksi. Sehingga permasalahan yang ada dapat di selesaikan menggunakan teori *e-commerce* yang dapat mendukung proses transaksi yang sudah ada.

b. Khalayak Sasaran

Target audiens atau sasaran yang dituju dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan siswa dan siswi SMK YPUI Parung. Adapun syarat untuk menjadi peserta, adalah : 1) Siswa Aktif; 2) Peserta bersedia mengikuti kegiatan selama 1 (satu) hari melalui *google meet*. 3). Peserta disarankan menggunakan perangkat seluler Android atau Laptop/PC yang terkoneksi pada jaringan internet.

c. Tempat dan Waktu

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diadakan pada tanggal 09 April 2021 dan bertempat di SMK YPUI Parung Kecamatan Parung Kabupaten Bogor, Jln. H. Mawi, Warujaya, Jawa Barat 16330.

d. Metode Kegiatan

Pelaksanaan Pengabdian

Metode adalah suatu cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu (Sugiyono, 2016). Dari pengertian tersebut, metode pelaksanaan dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dikerjakan dengan cara tertentu demi tercapainya target yang telah ditentukan sebelumnya. Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode partisipatif, penyuluhan dan pelatihan di SMK YPUI Parung kabupaten Bogor.

Tahap awal pelaksanaan program kerja ini adalah dengan melakukan identifikasi masalah dan kendala dalam menurunnya perekonomian masyarakat akibat pandemi Covid-19. Kendala tersebut

kemudian diselesaikan secara berkelanjutan. Metode pelaksanaan program kerja ini adalah metode edukasi kepada masyarakat terkhusus pada siswa/i SMK YPUI Parung. Edukasi ini diwujudkan dalam bentuk pengenalan dan pelatihan *e-commerce* yang bertujuan untuk memberikan informasi bisnis online untuk memperbaiki perekonomian masyarakat.

Setelah melakukan identifikasi masalah, kami melakukan analisis kebutuhan untuk pelaksanaan pelatihan *e-commerce* yang berupa materi. Selanjutnya, dilaksanakan pengenalan dan pelatihan *e-commerce* sebagai solusi penyelesaian masalah dengan pemberian edukasi tips dan trik serta mudahnya berbisnis online.

Kegiatan Perencanaan

Dilaksanakan bertujuan untuk menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tujuan diadakannya perencanaan tersebut untuk mengoptimalkan masyarakat dalam penggunaan digital teknologi informasi dari perangkat mobile yang dimiliki agar dapat mengoptimalkan usaha yang dilakukan. Dengan memanfaatkan digital teknologi informasi diharapkan agar kegiatan usaha yang dilakukan dapat meningkatkan keuntungan, pangsa pasar yang semakin luas, volume penjualan meningkat dan biaya pemasaran yang dapat diminimalkan.

Kegiatan Pelaksanaan

Pada masa tanggap pandemi Covid-19 dilakukan secara daring dengan memanfaatkan aplikasi *google meet*, sehingga pelaksanaan kegiatan dilakukan di rumah antara peserta dan pemberi materi. Pelaksanaan kegiatan pelatihan memberikan pengetahuan kepada masyarakat yang berkaitan dengan pengoptimalan penggunaan internet atau smartphone guna mendukung peluang berbisnis dimasa pandemi Covid-19. Berbisnis menggunakan perangkat online harus mampu meyakinkan para konsumen dengan cara memenuhi janji-janji sesuai dengan barang yang ditawarkan, transaksi dapat dipercaya, serta informasi yang ditawarkan terkait produk dapat dipercaya dan memberikan jaminan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan unsur yang sangat penting, pengukuran tingkat kepuasan konsumen dapat menggunakan 4 metode yaitu:

- a) Sistem keluhan dan saran; dimana saran dan keluhan dari setiap konsumen sangat diperlukan. Ini bisa menjadi pertimbangan dalam mengevaluasi cara kerja bisnis yang dijalankan. Adanya kotak di dalam aplikasi *e-commerce* untuk memudahkan konsumen dalam memberikan saran atau keluhan atas pelayanan yang diberikan pada bisnis *online* yang dijalankan, biasanya ulasan produk dan lain sebagainya. Hal ini juga dapat menjadikan acuan konsumen baru atau daya dorong untuk membeli produk yang ditawarkan.

- b) *Ghost Shopping*; merupakan salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk dan juga pesaing. Peran dari *ghost shopping* sangat berguna. Sebab mereka bisa memberi anda laporan tentang kelebihan dan kelemahan bisnis yang dijalankan dan pesaing lainnya. Selain itu, juga bisa menjelaskan bagaimana pesaing bertindak dalam melayani konsumen. Sehingga bisnis yang dijalankan dapat mengevaluasi kinerja bisnis yang dijalankan dan mengambil sisi kelebihan dari bisnis pesaing yang lain.
- c) *Lost Customer*; Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi langsung pelanggan yang telah berhenti berlangganan dengan bisnis yang dijalankan atau sudah beralih ke produk lain. Sehingga bisnis yang dijalankan dapat mendengar dengan jelas apa alasan mereka sehingga mereka tidak lagi berbelanja produk yang ditawarkan di bisnis yang dijalankan ini.
- d) *Survey* kepuasan pelanggan. Banyaknya bisnis yang sudah melakukan cara ini. Melalui survei kepuasan pelanggan ini, akan mengetahui tanggapan dan timbal balik secara langsung dari pelanggan dan memberikan tanda baik kepada pelanggan bahwa bisnis senantiasa memperhatikan pelanggannya. Ini juga memberikan keuntungan bagi bisnis untuk memahami apa yang diinginkan oleh pelanggannya.



Gambar 2. Presentasi Materi melalui Google Meet

Kegiatan Evaluasi

Menganalisis kekuarangan dari pelaksanaan program kerja pengenalan dan pelatihan *e-commerce*. Dengan adanya evaluasi ini kita dapat melakukan perbaikan, sehingga pelaksanaan pelatihan *e-commerce* dapat dikembangkan untuk menunjang bisnis masyarakat dengan menggunakan media online guna memperbaiki perekonomian masyarakat.

Untuk pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, akan diuraikan pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 1. Kegiatan dan Metode

No	Kegiatan	Metode	Bahan/ Alat
1	Penjelasan mengenai manfaat sistem informasi manajemen	Diskusi, pengamatan, tanya Jawab	Makalah gambar dan slide
2	Pelatihan mengenai manajemen pemasaran	Demonstrasi, praktek dan tanya jawab	Alat dan bahan
3	Pelatihan pengaplikasian sistem <i>e-commerce</i>	Demonstrasi, praktek dan tanya jawab	Alat dan bahan
4	Pelatihan dan pembinaan tenaga kerja	Demonstrasi, praktek, tanya jawab	Produk

(Sumber: Penulis, 2021)

HASIL

Program PKM telah dilaksanakan oleh Tim pada Jum'at 9 April 2021 di SMK YPUI Parung Kabupaten Bogor. Pada kegiatan tersebut terdapat 20 peserta yang hadir dalam kegiatan PKM melalui *google meet* yang merupakan siswa dan siswi kelas 2 SMK YPUI Parung. Adapun susunan acara kegiatan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Susunan Acara PKM

Waktu	Acara	Penanggung JAWAB
08.00 – 08.30	Persiapan	Tim PKM
08.30 – 08.45	Pembukaan Acara / Sambutan	Ketua Tim PKM & Perwakilan dari SMK YPUI Parung
08.45 – 09.00	Sosialisasi <i>E-Commerce</i> dan Pengenalan pemasaran produk secara online	Dede Supriyadi, M.Kom Budi Apriyanto, M.Kom
09.00 – 09.30	Workshop/Pelatihan tentang <i>E-commerce</i>	Tim PKM
09.30 – 10.00	Sesi Diskusi dan Tanya Jawab	Tim PKM
10.00 – 10.15	Pembagian Kuisisioner	Tim PKM
10.15 – 11.15	Wawancara, Observasi dan pembagian <i>doorprise</i> serta Penutupan Acara	Tim PKM

(Sumber: Penulis, 2021)

Pelatihan *e-commerce* merupakan salah satu program kerja dalam bidang ekonomi sebagai upaya memberikan ide, membangun dan mengembangkan perekonomian masyarakat pada masa pandemi Covid-19 terutama remaja. Pelatihan ini mengenalkan peluang usaha yang dapat dilakukan dengan mudah dengan memanfaatkan teknologi. Bisnis *online* merupakan solusi yang tepat bagi pemula yang ingin membangun usaha, juga sebagai pendukung untuk mengembangkan usaha yang sudah

dirintis. Bisnis *online* adalah jawaban yang tepat untuk memulihkan perekonomian masyarakat yang terdampak oleh pandemi Covid-19 ini.

Pelaksanaan pelatihan *e-commerce* dilakukan secara *online* dilakukan melalui *google meet* dengan mempresentasikan materi kemudian diadakan sesi tanya jawab mengenai *e-commerce*. Materi pelatihan *e-commerce* mencakup teori umum, persiapan, dan contoh berjualan online pada *marketplace*. Teori merupakan penjelasan umum seperti pengertian atau konsep, perkembangan, mekanisme, macam-macam *e-commerce*, serta kekurangan dan kelebihanannya. Materi persiapan berisi segala hal yang dibutuhkan sebelum memulai bisnis seperti penentuan produk, cara pengemasan, pemasaran, dan promosi hingga tantangan berjualan *online*. Pelatihan ini menjelaskan contoh berjualan *online* melalui *marketplace* yang banyak diminati yaitu Shopee, Tokopedia, dan lain-lain. Siswa/I atau peserta PKM sangat tertarik dan antusias dengan adanya pelatihan *e-commerce*. Memperhatikan dengan fokus ketika diberikan penjelasan mengenai pelatihan *e-commerce*, juga aktif bertanya mengenai hal yang belum dipahami atau ingin lebih diketahui terkait *e-commerce*.

PEMBAHASAN

Target dan luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mengacu pada permasalahan yang mana, perlunya dilakukan pengenalan/ penyuluhan dan pelatihan dalam memanfaatkan internet untuk digunakan sebagai media iklan dan penjualan produk pada masyarakat yang lebih luas. Selain itu, target dan luaran berupa jurnal pengabdian kepada masyarakat yang diterbitkan di lingkungan Universitas Pamulang. Adapun target dan luaran pengabdian kepada masyarakat, seperti pada tabel di bawah ini.

Tabel 3. Target Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Target
1	Siswa dapat memahami manfaat jika melakukan bisnis melalui aplikasi <i>e-commerce</i> dan secara menyeluruh dan terampil menggunakan komputer dan teknologi internet untuk mendukung meningkatkan penjualan melalui <i>e-commerce</i> .
2	Siswa dapat dengan terampil melakukan respon baik penjualan maupun layanan pesanan model sesuai kehendak konsumen melalui <i>e-commerce</i> .

(Sumber: Penulis, 2021)

Melalui Pelatihan *E-Commerce* sebagai solusi perbaikan perekonomian di masa pandemi Covid-19 yang diselenggarakan oleh Universitas Pamulang dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan bagi siswa dan siswi SMK YPUI Parung dalam memanfaatkan teknologi khususnya *e-*

commerce. Siswa dan siswi SMK YPUI Parung sangat antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut dan besar harapan siswa dan siswi SMK YPUI Parung agar kegiatan pengabdian seperti ini dapat dilaksanakan secara berkesinambungan dan dengan pemberian materi yang beragam dalam upaya meningkatkan kemampuan siswa dan siswi menuju masyarakat yang sejahtera.

Tabel 4. Capaian Luaran Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Target
1	Meningkatnya kemampuan siswa dalam menggunakan teknologi TI sebagai alat pendukung aplikasi <i>e-commerce</i> .
2	Meningkatkan kemampuan siswa dalam komunikasi antara siswa dengan konsumen melalui aplikasi <i>e-commerce</i> .

(Sumber: Penulis, 2021)

Peserta pelatihan yang terdiri dari siswa/i lebih tertarik kepada produk *fashion* seperti tas, sepatu, *make up*, dan asesoris yang lain. Produk produk seperti ini banyak diminati karena seiring berubahnya zaman, trend dan model juga selalu berganti dan juga diperbaharui. Bahkan, tahun 2020 ini trend kembali ke kiblat *fashion* tahun 90-an. Tidak menutup kemungkinan juga tahun selanjutnya juga akan berubah lagi sesuai minat para penikmat *fashion*. Indikator keberhasilan pelaksanaan program kerja pelatihan *e-commerce* ini tercapai semua dengan baik. Peserta sangat tertarik dan antusias dalam mengikuti pelatihan ini. Peserta memahami materi yang disampaikan dengan jelas dan menggunakan media yang menarik.

Materi yang disajikan secara lengkap untuk dibagikan melalui grup *Whatsapp* dan materi dalam bentuk *Power Point* (PPT) yang dipaparkan dengan jelas pada pelatihan secara langsung. Peserta juga memiliki minat besar untuk berjualan *online* setelah pelatihan ini.

Evaluasi dari pelatihan *e-commerce* ini adalah : 1) kurangnya pengetahuan masyarakat secara umum mengenai bisnis online, jadi saat akan dilaksanakan kegiatan hanya beberapa yang tertarik dan mau mengikuti pelatihan ini; 2) masih ada dari peserta yang masih awam dalam pengoperasian sosial media dan *marketplace*; 3) peserta pelatihan belum mempraktekkan secara langsung untuk berjualan *online*. Beberapa evaluasi tersebut mungkin dapat diperbaiki dengan membuat media informasi yang lebih menarik, pemberian sosialisasi pengoperasian sosial media dan *marketplace* kepada masyarakat, dan praktek berjualan *online* secara langsung.

SIMPULAN

Pelatihan ini mengenalkan peluang usaha yang dapat dilakukan dengan mudah dengan memanfaatkan teknologi. Bisnis *online* adalah jawaban yang tepat untuk memulihkan perekonomian

masyarakat yang terdampak oleh pandemi Covid-19 ini. Pelaksanaan pelatihan *e-commerce* dilakukan dengan secara *online*, karena adanya peraturan yang berlaku untuk tetap melakukan kegiatan dan belajar dari rumah, sesuai anjuran dari pemerintah. Materi pelatihan *e-commerce* mencakup teori umum, persiapan, dan contoh berjualan *online* pada *marketplace*. Masyarakat tertarik dan antusias dengan pelatihan ini, dibuktikan dengan aktif bertanya mengenai hal yang belum dipahami atau ingin lebih diketahui terkait *e-commerce*, indikator keberhasilan pelaksanaan program kerja pelatihan *e-commerce* ini tercapai semua dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Clara Widya Wardani, dkk. 2020. Pelatihan E-commerce sebagai Solusi Perbaikan Perekonomian di Masa Pandemi Covid. Universitas Negeri Semarang.
- Hidayat, Taufik, 2008. Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce, Jakarta: Mediakita.
- Kotler, Philip & Kevin Lane. 2009. Manajemen Pemasaran (Jilid 1 & 2). Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip and Armstrong. (2010). Principles of Marketing 13th edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Meier, A dan Stormer, H, 2009. eBusiness and eCommerce: Managing the Digital Value Chain. Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Solechan A, Natalisty. 2011. E-Commerce pada UKM Kota Semarang sebagai Model Pemasaran yang Efektif. Semantik 2011.
- Sunarto, 2006. Pengantar Manajemen Pemasaran, Cetakan 1. Yogyakarta: Ust. Press.
- Sutabri, Tata. 2012. Analisis Sistem Informasi. Yogyakarta: Andi.