

PENDAMPINGAN KEGIATAN BISNIS ONLINE PADA UMKM DI DESA CIBURIAL-KECAMATAN CIMENYAN-KABUPATEN BANDUNG

Enni Soerjati Priowirjanto¹

Fakultas Hukum, Universitas Padjajaran, Bandung, Indonesia

E-mail: enni@unpad.ac.id

ABSTRAK. Peningkatan penggunaan sosial media untuk kegiatan bisnis secara online oleh masyarakat di masa Pandemi COVID-19 menimbulkan harapan baru bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Hal ini dirasakan juga oleh anggota UMKM di Desa Ciburial yang mempunyai minat untuk menjalankan bisnis online, meskipun pemahaman mereka mengenai bisnis online masih sangat kurang. Pendampingan yang dilakukan oleh Mahasiswa Unpad dalam Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integratif ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi mengenai pemahaman tentang bisnis online melalui media sosial. Pada pendampingan tersebut diberikan pembekalan pembuatan akun Instagram dan Facebook sebagai sarana promosi bisnis online untuk efektivitas penjualan bagi anggota UMKM, serta cara pembuatan akun di Shopee. Upaya yang dilakukan Mahasiswa telah memberikan dampak terhadap perubahan pola pikir pelaku usaha UMKM di Desa Ciburial. Hal tersebut ditunjukkan melalui semangat dan usaha mereka dalam membuat akun Facebook dan Instagram untuk mempromosikan produk yang dijual. Karena keterbatasan waktu pelaksanaan KKN masih belum dapat dilakukan praktik langsung penggunaan marketplace Shopee, sehingga masih diperlukan upaya pendampingan lanjutan kepada pelaku usaha UMKM Desa Ciburial.

Kata Kunci: Bisnis Online, Media Sosial, UMKM.

ASSISTANCE OF ONLINE BUSINESS ACTIVITIES ON MSMEs IN CIBURIAL VILLAGE-CIMENYAN DISTRICT-BANDUNG REGENCY

ABSTRACT. The increase in the use of social media for online business activities by the public during the COVID-19 Pandemic has created new hope for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). MSME members in Ciburial Village have an interest in running an online business, although their understanding of online business is still very lacking. Though, their desire to do business online is huge. The assistance carried out by Unpad Students in integrative Real Work Lecture (KKN) Activities aims to help about online business through social media. In this assistance, a briefing was given on creating Instagram and Facebook accounts as a means of online business promotion for sales effectiveness for MSME members, as well as how to create an account on Shopee. The efforts made by students have an impact on changing the mindset of MSME business actors in Ciburial Village, shown by the enthusiasm to create Facebook and Instagram accounts in promoting the products sold. Due to the limited time for the implementation of KKN, it is still not possible to pre-pre-register directly with the use of the Shopee marketplace, so further assistance efforts are still needed.

Keywords: Online Business, MSME, Social Media

PENDAHULUAN

Media sosial merupakan salah satu fenomena yang muncul seiring berkembangnya teknologi dan inovasi di internet. Terjadi pergeseran budaya, dari media tradisional yang berubah menjadi budaya media yang digital. Media sosial sebagai media online, memungkinkan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Berkembangnya media sosial seperti *blog*, *social networking*, *facebook*, *Instagram*, *whatsapp*, *twitter*, dan lain-lain dewasa ini tidak hanya berfungsi sebagai media eksistensi semata, melainkan juga dapat menjadi media yang tepat bagi pemasaran produk-produk wirausaha karena

menawarkan kemudahan akses bagi semua pihak. Selain dapat mengurangi biaya promosi, media sosial juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses dalam mempromosikan produknya dibandingkan dengan memasarkan secara konvensional. (M. Ahmed, 2014) Hal tersebut memperlihatkan bahwa media sosial ternyata juga memiliki fungsi sebagai *marketing channel* atau kanal marketing yang dapat berfungsi sebagai jembatan yang akan mengarahkan orang-orang untuk mengunjungi toko online milik kita. (Totoh, 2021) Selanjutnya, penggunaan media sosial saat ini telah menjadi hal yang lumrah di kalangan semua orang, terutama kalangan remaja. Media sosial memiliki karakteristik dimana adanya suatu jaringan

¹Dr. Enni Soerjati Priowirjanto, S.H., M.H. Fakultas Hukum Universitas Padjajaran. Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21, Hegarmanah, Jatinangor, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat 45363. Email: enni@fh.unpad.ac.id

(*network*), Informasi (*Information*), Arsip (*Archive*), Interaksi (*Interactivity*), Simulasi Sosial (*simulation of society*), dan konten oleh pengguna. (Setiadi, 2016)

Indonesia merupakan salah satu negara dengan tingkat penggunaan media sosial yang tinggi. Laporan terbaru pada tahun 2022 menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia telah mencapai 205 juta orang pada Januari 2022 yang mana nilainya lebih tinggi 1% daripada jumlah pengguna internet pada Januari 2021 lalu yang tercatat sebanyak 203 juta jiwa. (Karnadi, 2022) Peningkatan jumlah pengguna media sosial tersebut terus bertambah di masa pandemi COVID-19 seperti saat ini. Hal tersebut dikarenakan kebijakan Pemerintah yang membatasi kegiatan masyarakat dalam melakukan aktivitas langsung secara tatap muka melalui aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), sehingga mengharuskan masyarakat untuk lebih banyak melakukan kegiatan dari rumah.

Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor peningkatan penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, termasuk penggunaan untuk kegiatan transaksi atau bisnis. Adanya kegiatan transaksi melalui media sosial memerlukan adanya dukungan berupa pemahaman mengenai *E-Commerce*, yaitu suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan. (Nurlela, 2021) Dalam kegiatan *E-Commerce* baik melalui marketplace ataupun media sosial, masyarakat memerlukan pemahaman mengenai aturan atau regulasi yang berlaku dalam melaksanakan transaksi yang memanfaatkan teknologi informasi untuk kegiatan bisnis dengan baik dan benar.

Pemerintah Indonesia telah mengatur transaksi elektronik dalam Undang Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dan Undang Undang No 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Undang undang No 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta peraturan pelaksanaannya dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE), yang didukung dengan pengaturan tentang konsep perlindungan konsumen dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Regulasi tersebut dibuat untuk mengatur transaksi elektronik dan perlindungan kepada masyarakat penggunaannya .

Kegiatan berwirausaha dengan memanfaatkan *E-Commerce* di masa pandemi COVID-19 adalah merupakan opsi terbaik, mengingat perkembangan teknologi kegiatan tersebut merupakan upaya yang cukup baik untuk meningkatkan upaya promosi dengan biaya murah dan dapat meningkatkan jangkauan pangsa pasar. Berdasarkan hasil riset yang dilakukan telah terjadi peralihan besar-besaran dan sangat cepat dalam kegiatan bisnis kearah pemanfaatan *E-Commerce*, yang meningkat 2 kali lipat di masa pandemi COVID-19. Dikutip dari Prosiding Seminar Nasional Riset Dan Information Science (SENARIS) 2020 Vol. 2, yang dituliskan oleh H. Husain, Mochammad Wahyudi, M Safi'i dan Muhammad Zarlis, dikemukakan bahwa beberapa bisnis online pada beberapa sektor mengalami peningkatan ditengah pandemi COVID-19, menunjukan bahwa masyarakat semakin terdorong untuk melakukan kegiatan bisnis secara online. (Nurlela, 2021) Berdasarkan pada hal tersebut dapat dikatakan bahwa kegiatan perdagangan online atau *E-Commerce* merupakan hal yang sangat penting untuk dipahami agar dapat diimplementasikan.

Kegiatan bisnis online merupakan sesuatu aktifitas bisnis yang sebagian atau seluruh kegiatannya dilakukan melalui media internet apapun jenis bisnisnya. (Dra. Farida Hanum Nst, 2019) Bisnis online saat ini sudah semakin banyak diketahui dan dikenali oleh masyarakat, dan tidak sedikit masyarakat yang telah beralih dari kegiatan bisnis konvensional ke kegiatan bisnis online. Hal ini disebabkan oleh kemudahan-kemudahan yang ditawarkan pada kegiatan bisnis online, dimana konsumen tidak perlu pergi untuk berbelanja di toko, dan tidak perlu mengantri untuk melakukan pembayaran di kasir karena seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan dari jauh tempat bahkan di tempat tidur. Meski demikian kemudahan yang dapat diperoleh dengan keberadaan bisnis online, tetap terdapat sisi negatif yang timbul dari penggunaan media online untuk sarana bisnis seperti misalnya penipuan hingga menimbulkan kerugian. Hal tersebut tentu disebabkan oleh beragam faktor termasuk ialah kurangnya pemahaman pengguna terutama penjual terhadap hak dan kewajiban yang mereka miliki, serta tata cara memasarkan dagangannya melalui *E-Commerce* dengan baik, benar dan aman.

Pemahaman yang berkaitan dengan kegiatan bisnis online penting diketahui oleh pelaku usaha atau penjual amat penting. Pemberian pemahaman tersebut dapat dilakukan melalui berbagai cara, salah satunya ialah dengan memberikan pembekalan kepada para pelaku

usaha mengenai hal apa saja yang perlu dipersiapkan apabila akan melakukan kegiatan bisnis online

Pada masa pandemi COVID-19 Pemerintah Pusat mendukung upaya peningkatan ekonomi melalui kegiatan wirausaha pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pemerintah menyediakan insentif dukungan bagi UMKM melalui program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) sebesar Rp 112,84 triliun telah dinikmati oleh lebih dari 30 juta UMKM pada tahun 2020. Sementara untuk tahun 2021, Pemerintah juga telah mengalokasikan PEN untuk mendukung UMKM dengan dana sebesar Rp 121,90 triliun untuk menjaga kelanjutan momentum pemulihan ekonomi. (Indonesia, 2021) Pemerintah juga terus berupaya mendorong para pelaku UMKM untuk *on board* ke platform digital melalui Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), dimana hingga akhir 2020 sudah terdapat 11,7 juta UMKM *on boarding*. (Indonesia, 2021)

Khalayak sasaran dari kegiatan KKN Mahasiswa Unpad adalah Pelaku UMKM di Desa Ciburial, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung. Sejalan dengan tujuan Perangkat Desa Ciburial untuk mensosialisasikan Kewirausahaan Tanpa Kemiskinan (*No Poverty*), Pendidikan Berkualitas (*Quality Education*), Kemitraan untuk mencapai tujuan (*Partnership for The Goals*), Kewirausahaan, Pertumbuhan Ekonomi, serta pembekalan tentang pemahaman mengenai kegiatan bisnis online dalam upaya memperbaiki ekonomi keluarga dan masyarakat, dalam upaya mewujudkan masyarakat tanpa kemiskinan, yang berusaha dilaksanakan melalui upaya Perangkat Desa dalam mendukung masyarakatnya untuk melakukan bisnis online menggunakan berbagai platform yang tersedia baik marketplace maupun media sosial. Diperlukan upaya sosialisasi dan pendampingan dalam memahami bisnis online melalui pembekalan, yang menurut Anwar (2018) yang berupa proses belajar yang dilakukan oleh individu untuk berbuat atau berperilaku.

Karena kegiatan bisnis online tersebut penting untuk dipahami, agar dapat dipersiapkan oleh para Pelaku UMKM di Desa Ciburial mereka memerlukan sosialisasi dan pendampingan mengenai pemahaman tentang kegiatan bisnis online. Agar upaya untuk memperbaiki ekonomi keluarga dan masyarakat dalam rangka mewujudkan masyarakat tanpa kemiskinan dapat terlaksana.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif, yang dimulai dengan kegiatan pengumpulan data-data, dilanjutkan dengan proses analisa terhadap data-data yang berhasil dikumpulkan kemudian dilakukan proses interpretasi data-data tersebut. Tujuan dari penelitian deskriptif ini untuk membuat suatu penjabaran atau penggambaran secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diteliti. (Mohammad, 2011) Dalam pelaksanaan penelitian digunakan kuesioner sebagai data pendukung dalam keberlangsungan penelitian ini. Kuesioner atau metode angket diketahui merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan pada sejumlah pertanyaan lisan maupun pernyataan tertulis tentang data faktual atau opini yang berkaitan dengan diri responden yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden. (Wibawa, 2018) Pelaksanaan metode deskriptif ini dilakukan dengan teknik survei yang dilakukan oleh empat kelompok dengan objek sasarannya adalah Pelaku UMKM di Desa Ciburial, Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung. Pemberian Kuisisioner dilakukan dalam dua tahap, yaitu *Pre-Kuisisioner* dan *Post-Kuisisioner*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses KKN dilakukan dengan melakukan pemaparan melalui *slide Power Point Presentation* (PPT) secara *hybrid* di Balai Desa Ciburial dan *zoom meeting* kepada para Pelaku UMKM yang akan mulai melakukan bisnis online. Sebelum dilakuka pemaparan materi dan sosialisasi, para anggota UMKM diminta untuk mengisi kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh data awal mengenai tingkat pemahaman para anggota UMKM mengenai bisnis online.



Gambar 1. Foto Proses Pengisian Kuesioner Oleh Para Anggota UMKM Desa Ciburial

Hasil pengolahan kuisisioner pertama (*Pre-Kuisisioner*) yang dijadikan bahan materi

sosialisasi melalui paparan yang diberikan secara *hybrid*, baik secara langsung (*luring*) dan daring. Karena mahasiswa peserta KKN berasal dari kota-kota di Pulau Jawa dan Luar Pulau Jawa, ternyata banyak Pelaku UMKM yang belum mengetahui tata cara kegiatan bisnis online.

Berdasarkan kepada hasil kuisioner tersebut sosialisasi diberikan dengan materi mengenai pengertian dan tata cara dalam kegiatan bisnis online.



Gambar 2. Foto Proses Sosialisasi Para Anggota UMKM Desa Ciburial

Dalam paparan tersebut disampaikan tiga cara penjualan yang dapat dilakukan, yaitu *direct selling*, *reseller*, dan *dropshipping*.

1. Direct Selling

Direct selling (pemasaran langsung) adalah strategi penjualan yang memanfaatkan tenaga penjual untuk memasarkan produk secara langsung kepada konsumen. (Mirayani, 2018)

2. Reseller

Reseller secara terminologi merupakan kegiatan menjual kembali. Reseller hampir mirip dengan pedagang yang sama-sama mengambil barang dari penjual dan menjualnya kembali dengan harga yang lebih tinggi. (Damayanti, 2020) Pada perkembangannya, sistem *reseller* menjadi salah satu bentuk cara penjualan pada perdagangan elektronik yang cara transaksi dan promosinya dilakukan melalui media sosial *online*. Lebih lanjut, sistem yang diterapkan reseller dalam ilmu manajemen termasuk sebagai strategi distribusi tidak langsung (*indirect*). Distribusi tidak langsung merupakan suatu penyaluran atau penjualan barang dari produsen kepada konsumen melalui perantara yang dilakukan oleh agen, makelar atau *reseller*. (Hasanah, 2019)

3. Dropshipping

Dropshipping adalah satu sistem jual beli yang memungkinkan satu individu atau perusahaan memiliki barang tanpa harus memiliki atau menyimpan stok, dan bahkan tanpa harus melakukan pengiriman sendiri. Rangkaian penjualan produk melalui sistem *dropship* adalah ketika pelanggan sudah membayar untuk sebuah produk kepada penjual, kemudian penjual sistem

dropship

membayar kepada *dropshipper* sekaligus mengirimkan rincian produk yang dipesan oleh para konsumen, selanjutnya *dropshipper* akan mengirimkan langsung produk yang dipesan pelanggan. (Uzlah Wahidah Maulidiyah, 2020)

Selanjutnya dilakukan juga pemaparan materi mengenai cara yang aman untuk menggunakan marketplace guna kegiatan berbisnis secara online yaitu dapat dilakukan melalui marketplace yang terpercaya, salah satunya ialah Shopee. Shopee diketahui merupakan salah satu platform marketplace daring yang saat ini paling banyak digunakan di Indonesia, diikuti oleh Tokopedia (54%), Lazada (51%), dan Instagram (50 %). (Gatot Suhendra, 2020).

Berdasarkan hal tersebut dipilih Shopee sebagai marketplace, dan Instagram serta Facebook sebagai media sosial untuk dilakukan pendampingan dalam mengingat ketiga platform tersebut paling banyak digunakan saat ini, dan tingkat keamanannya baik.

Proses pembuatan akun Shopee: (Shopee, 2022)

- Mengunduh aplikasi Shopee di Play Store atau App Store;
- Klik Profil Saya, lalu tap Daftar;
- Masukkan nomor HP yang aktif (pastikan tidak terdaftar di Shopee sebelumnya), kode captcha, dan kode verifikasi lalu klik Daftar;
- Selanjutnya, cek SMS lalu masukkan kode verifikasi di kolom yang tersedia. Tap Lanjut;
- Masukkan username (sesuai brand toko) dan password. Konfirmasi password di bawahnya lalu tap Lanjut;
- Selesai.

Selanjutnya, apabila pada awalnya akun hanya diperuntukan untuk menjadi pembeli lalu ingin melakukan penjualan di Shopee, pengguna tidak perlu membuat akun baru. Terlebih bila sudah melakukan verifikasi Kartu Tanda Penduduk (KTP) karena satu KTP hanya untuk satu akun Shopee. Pengguna hanya perlu merubah nama akun dengan nama toko yang akan digunakan di Shopee. Selanjutnya, tinggal upload produk yang hendak dijual baik lewat aplikasi maupun via *seller center* di website Shopee.



Gambar 3. Foto PPT Berisi Materi Pembuatan Toko Online Pada Marketplace Shopee

Setelah tahap sosialisasi mengenai tata cara untuk berkegiatan bisnis online dan bagaimana cara yang aman untuk menggunakan marketplace selesai dilakukan, para Pelaku UMKM kembali diminta untuk mengisi kuisioner yang telah disiapkan untuk mengetahui apakah ada perubahan pemahaman setelah dilakukannya sosialisasi.



Gambar 4. Foto Kegiatan Pemerian Kuesioner Kedua (*Post-Kuesioner*)

Melalui pengisian kuesioner kedua (*Post-Kuisisioner*) oleh Pelaku UMKM Desa Ciburial diperoleh data bahwa setelah dilakukannya kegiatan sosialisasi berupa pemaparan materi, ada penambahan wawasan dari Pelaku UMKM terhadap tata cara untuk berkegiatan bisnis online dan cara yang aman untuk menggunakan marketplace. Penambahan wawasan tersebut membentuk pola pikir dan perilaku yang dapat meningkatkan kemampuan berdagang/berbisnis guna pertumbuhan ekonomi khususnya bagi masyarakat pelaku UMKM Desa Ciburial.

Selain kegiatan sosialisasi berupa pemaparan materi peneliti juga memberikan bantuan pendampingan dalam pembuatan akun Instagram serta Facebook guna sarana kegiatan promosi produk Pelaku UMKM Desa Ciburial.



Gambar 5. Foto Akun Instagram UMKM Desa Ciburial

Hasil dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut menunjukkan bahwa setelah mendapatkan pemaparan materi, para anggota UMKM Desa Ciburial mengalami peningkatan pengetahuan mengenai cara untuk berkegiatan bisnis online dan cara yang aman untuk menggunakan marketplace guna kegiatan bisnis secara online. Data ini diperoleh dari hasil pengolahan kuesioner kedua atau *Post-Kuesioner* yang dilakukan kepada 100% responden (21 orang).

Meski demikian, sebagian para anggota UMKM masih mempertanyakan bagaimana solusi apabila terjadi kendala pada bisnis *online*. Hasil sosialisasi menunjukan minat dari beberapa Pelaku UMKM Desa Ciburial untuk memulai bisnis online langsung pada saat sosialisasi dilakukan. Hasil dari pendampingan pembuatan akun Instagram dan Facebook menunjukan bahwa beberapa Pelaku UMKM sudah mulai bisa melakukan kegiatan promosi produknya melalui platform tersebut.

SIMPULAN

Penggunaan media sosial yang dilakukan oleh Pelaku UMKM Desa Ciburial, membuktikan adanya penghematan biaya untuk modal bisnis, karena tidak perlu tempat khusus untuk took dan dapat menggunakan rumah tinggalnya sebagai tempat menyimpan produk yang akan ditawarkan. Kegiatan sosialisasi berupa pemaparan materi yang dilakukan pada saat KKN juga ternyata berhasil meningkatkan pemahaman Pelaku UMKM Desa Ciburial mengenai proses bisnis online termasuk tata cara untuk berbisnis online dan cara yang aman untuk menggunakan marketplace ataupun platform online lainnya terutama Shopee, Instagram, dan Facebook.

Saran yang diberikan adalah perlu adanya pendampingan lebih lanjut bagi Pelaku UMKM Desa Ciburial, sebab penggunaan platform belum bisa dipahami dengan cepat karena banyaknya

pelaku usaha yang baru memasuki dunia digital, sedangkan waktu pendampingan dalam KKN sangat terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar. (2018). Paradigma Sosialisasi dan Kontribusinya Terhadap Pengembangan Jiwa Beragama Anak. *Jurnal Al-Maiyyah*, 67.
- Damayanti, A. (2020). Analisis Mekanisme Reseller dan Dropshipper Dalam Bisnis Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Ulfa Hijab Store Tulungagung). *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*.
- Dra. Farida Hanum Nst, M. (2019). Bisnis Online Indonesia Menarik Minat Kalangan Muda. *Jurnal Bisnis Corporate*, 77.
- Gatot Suhendra, I. K. (2020). Kekuatan Shopee Sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia Saat Ini. *Program Pascasarjana Magister Teknik Elektro, Universitas Mercu Buana*, 1.
- Hasanah, N. (2019). Analisis Mekanisme Dropshipping dan Reseller di Toko Online S3 Komputer Surabaya. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel*, 23.
- Indonesia, K. K. (2021). *Dukungan Pemulihan Bagi UMKM Agar Pulih di Masa Pandemi*.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2939/dukungan-pemerintah-bagi-umkm-agar-pulih-di-masa-pandemi>.
- Karnadi, A. (2022). *Pengguna Internet di Indonesia Capai 205 Juta Pasa 2022*.
<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-internet-di-indonesia-capai-205-juta-pada-2022>.
- M. Ahmed, Z. Z. (2014). Role of Social Media Marketing to Enhance CRM and Brand Equity in Terms of Purchase Intention. *Asian Journal of Management Research*, 533-549.
- Mirayani, L. (2018). Analisis Penerapan Strategi Direct Selling dan Dampaknya Terhadap Volume Penjualan Pada PT Karya Pak Oles Tokcer di Desa Bengkel Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 127-128.
- Mohammad, N. (2011). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurlela. (2021). E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Simki Economic*, 49.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 2.
- Shopee, T. (2022). *Bagaimana Cara Membuat Akun Shopee?*
[https://help.shopee.co.id/portal/article/72685-\[Baru-di-Shopee\]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee%3F](https://help.shopee.co.id/portal/article/72685-[Baru-di-Shopee]-Bagaimana-cara-membuat-akun-Shopee%3F).
- Totoh, A. (2021). *Media Sosial Untuk Bisnis*.
<https://kumparan.com/asep-totoh/media-sosial-untuk-bisnis-1vCNemJbO65/4>.
- Uzlah Wahidah Maulidiyah, A. M. (2020). Jual Beli Online Sistem Dropship Kajian Analisa Hukum Ekonomi Islam Toko Online Afifatul Masruroh Shop Jember 2019. *Lan Tabur: Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 76.
- Wibawa, W. T. (2018). Pengembangan Sistem Kuesioner Daring Dengan Metode Weight Product Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikan Komputer Pada LPK Cyber Computer. *Jurnal IT-EDU*, 48.