

Belanja Online: Studi Online Shopping Mahasiswa Universitas Negeri Padang (UNP) Tahun 2014-2019

Syafirra Shamusri^{1(*)}, Azmi Fitriisia²

^{1,2}Program Studi Pendidikan Sejarah Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang

*Syafirrashamusri96@gmail.com

Abstract

This research discusses online shopping. Online shopping study of Padang State University students in 2014-2019. The problem that the researchers raised was how the background of the emergence of online shopping applications that made Padang state university students more abreast of the times and technology in terms of shopping. This study aims to determine the background of the emergence of online shopping-based applications and to find out the development of online shopping among students at padang state university. This research uses historical methods, including heuristik, source criticism, analysis, synthesis and interpretation as well as historiography or history writing. First, the authors get data from the object of reseach, which is divided into two, namely primary and secondary data. Primary data is obtained through interviews with sources and other related parties, secondary data is obtained from literatue studies. Secondly, source criticism of the data that has been obtained, thirdly, to analyze the synthesis and interpretation of the data, the four authors explain the results of the results of the data, the four authors explain the results of the researc in a scientific papaer in the form of a thesis. The results of this study indicate that most of the Padang State University Students shop online and there are some who do not shop online on the grounds that traditional shopping is more secure than online shopping and the reasons for students shopping online because it is more economical, time efficiency and so on.

Keywords : *Online Shopping and consumerism*

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang Belanja Online: Studi Online Shopping Mahasiwa UNP Tahun 2014-2019. Permasalahan yang peneliti angkat yaitu bagaimana latar belakang munculnya aplikasi belanja online yang membuat mahasiswa Universitas Negeri Padang lebih mengikuti perkembangan zaman dan teknologi dalam segi berbelanja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui latar balakang munculnya aplikasi berbasis belanja online dan mengetahui perkembangan online shopping di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan *metode sejarah*, diantaranya *Heuristik, Kritik Sumber, Analisis, Sintesis dan Inerpretasi serta Historiografi atau penulisan sejarah*. Pertama, penulis mendapatkan data dari objek penelitian, yang terbagi dua yaitu data *primer dan sekunder*. Data *primer* diperoleh melalui wawancara dengan narasumber dan pihak terkait lainnya, data *sekunder* diperoleh dari *studi pustaka*. Kedua, dilakukan kritik sumber terhadap

data yang telah diperoleh. Ketiga, *menganalisis, sintesis dan interpretasi data*. Keempat, penulis menjelaskan hasil dari penelitian dalam *sebuah karya ilmiah berupa skripsi*. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagian besar Mahasiswa Universitas Negeri Padang berbelanja secara online dan ada beberapa yang tidak berbelanja secara online dengan alasan belanja tradisional lebih menjamin dari pada belanja secara online, dan alasan mahasiswa yang berbelanja secara karena lebih mudah, irit, efeasien di waktu dan sebagainya serta barang langsung diantar kerumah.

Kata kunci: Belanja Online dan konsumerisme

PENDAHULUAN

Belanja di internet merupakan bentuk jual beli secara *online* melalui alat komunikasi elektronik atau jejaring sosial, dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung. Pembeli tidak perlu susah payah datang ke toko untuk melihat dan membeli barang yang sedang di butuhkan, berbagai jenis barang yang tersedia dalam online shop mengakibatkan manusia mempertimbangkan untuk pergi keluar rumah mencari barang yang dibutuhkan. Terlebih saat ini manusia lebih menyukai semua hal yang mudah untuk menjalankan kelangsungan hidupnya terutama dalam hal melakukan transaksi jual beli. konsumen dapat dilihat beberapa barang yaitu seperti, gambar dan video. Toko *online (online shop)* yaitu suatu tempat berjualan secara langsung di internet, dengan secara online mempermudah konsumen dalam pembayaran secara transfer dan jelas dalam harga untuk hematnya biaya serta barang diantar secara langsung kerumah.

Perkembangan internet dan teknologi informasi membuat perubahan dalam sistem bisnis, baik selera, kebutuhan dan keinginan masyarakat. Pola bisnis juga berubah dari pemasaran konvensional ke pemasaran online. Jika sebelumnya pembeli atau konsumen membeli barang secara tradisional belanja ke pasar, setelah itu belanja secara modern yaitu belanja ke mall atau swalayan dan sekarang dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih masyarakat khususnya mahasiswa Universitas Negeri Padang belanja secara online. Alasan masyarakat atau mahasiswa UNP belanja secara online karena belanja secara online lebih mudah dan praktis menghemat segalanya baik waktu, tenaga dan keuangan.

Dengan perkembangan teknologi maka pengusaha-pengusaha membuat sarana belanja secara online dengan membuat aplikasi yang mudah digunakan yaitu dengan internet seperti, beberapa aplikasi yang menyediakan berbelanja secara online yaitu, *pertama* Buka Lapak hadir pertama kali di Indonesia pada tanggal 10-01-2010 yang didirikan oleh anak muda Indonesia yang bernama Achmad Zaky, *kedua* Lazada adalah perusahaan e-commerce swasta Singapura yang didirikan oleh Rocket Internet pada tahun 2011, *ketiga* Tokopedia.com juga bentuk online shopping yang diperkenalkan ke media tanggal 17 Agustus 2009, William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison adalah pendiri Tokopedia dan yang *keempat* Shoppe adalah platform perdagangan elektronik yang berpusat di Singapura di bawah SEA Group (sebelumnya dikenal sebagai Garena) didirikan yang didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li, shoppe pertama kali diluncurkan pada tahun 2015.

Kajian terdahulu, Chacha Andira Sari (2015) dengan judul penelitian. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*. Kesimpulan dari penelitian sifat mahasiswi Antropologi FISIP UNAIR yang sangat tertarik dalam barang-barang yang dilihat di internet khususnya *Instagram*.

Fauyhi Eko Nugroho (2016) dengan judul penelitian *Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Studi Kasus Tokoku*, kesimpulan dari penelitian ini, Menunjang efisiensi dan Efektifitas kerja. Pengolahan data yang berbasis web dapat mempermudah pengaksesan data dan pencarian data sehingga dapat membantu mempercepat pengambilan keputusan untuk pimpinan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian sejarah yang menggunakan langkah-langkah metode penelitian sejarah. Adapun yang dimaksud dengan metode penelitian sejarah adalah proses menguji dan menganalisa secara kritis rekaman dan peninggalan masa lampau. Rekonstruksi yang imajinatif dari masa lampau berdasarkan data yang diperoleh dengan menempu proses historiografi penulisan sejarah). Ada beberapa langkah yang harus dilalui oleh seorang penulis agar sampai pada tahap historiografi (penulisan sejarah) yaitu heuristik (pengumpulan sumber), kritik sumber, interpretasi, dan terakhir adalah historiografi (penulisan).

Heuristik (pengumpulan data)

Merupakan pengumpulan data yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti. Dalam melakukan penelitian mengenai Munculnya Aplikasi Belanja Online 2014-2019 digunakan data primer dan sekunder. Data primer berupa data untuk mendapatkan sumber yang menyangkut aspek utama penelitian dengan cara wawancara langsung dengan pihak terkait yaitu dengan mahasiswa yang memakai aplikasi online untuk berbelanja untuk mendapatkan data seperti dokumen berupa foto-foto saat wawancara.

Adapun data sekunder yaitu data yang menunjang penelitian ini, berupa buku, skripsi, jurnal, artikel, koran, dan lain-lain. Data ini diperoleh melalui studi kepustakaan dengan cara memahami buku-buku yang relevan dan berkaitan dengan topik. Sumber tersebut di peroleh dari perpustakaan Universitas Negeri Padang, ruang baca Fakultas Ilmu Sosial, Labor Jurusan Sejarah Sumatera Barat. Yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian dari Chacha Andira Sari (2015) dengan judul penelitian. *Perilaku Berbelanja Online Di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga* tetapi berbeda kajian.

Kritik Sumber

Setelah sumber dikumpulkan, pada tahap ini peneliti akan melakukan kritik terhadap sumber-sumber yang ditemukan dan diperoleh dari hasil penelitian. Kritik sumber dilakukan secara dua tahap, yaitu kritik ekstern dan intern. Kritik ekstern adalah pengujian otentitas (keaslian) materi terhadap aspek-aspek dari sumber sejarah dalam memilih sumber yang relevan. Untuk sumber yang bersifat tekstual seperti dokumen maupun buku-buku yang relevan penulis melakukan kritik ekstern dengan menyeleksi bacaan yang penulis pakai, sementara untuk wawancara dipilih informan yang paham dengan berbelanja secara online.

Kemudian kritik intern untuk menguji keaslian isi informasi yang didapat dengan melakukan wawancara untuk mendapatkan kesaksian dari informan.

Analisis dan interpretasi data

Pada tahap ini penulis mengelompokkan data sesuai dengan objek pembahasan yaitu dengan memilah-milah atau membedakan sumber sejarah, sehingga ditemukan butir-butir informasi yang sudah diuji. Setelah mendapatkan sumber-sumber yang teruji dan dijamin kredibilitasnya penulis kemudian mengumpulkan sumber-sumber yang berhubungan dengan berbelanja secara online.

Historiografi

Setelah sumber yang dikumpulkan selesai dipilah, maka langkah selanjutnya adalah penulis berusaha untuk memaparkan hasil penelitian dalam bentuk karya ilmiah.

PEMBAHASAN

Pada tahun 70-an belanja online sudah ada, dalam *website tendasejarah.com* yang berada di Inggris tahun 1979 oleh Micheal Aldrich dari Redifon Computers, berawal Micheal menghubungkan televisi berwarna dengan komputer yang dapat memproses secara realtime melalui sarana kabel telepon. Pada tahun 1980 Micheal ,menawarkan sistem belanja online yang ia temukan di Inggris, tahun 1994 penjualan secara online terus berkembang, Netscape memperkenalkan (SSL encryption of data transferred) *online* atau enkripsi data ditransfer secara online, enkripsi adalah proses mengamankan suatu informasi dengan membuat informasi tersebut tidak dibaca tanpa bantuan pengetahuan khusus, setiap tahu belanja online terus berkembang baik itu di dunia dan Indonesia, dapat dibuktikan dengan hadirnya toko online yang berupa aplikasi seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada dan lain-lain

E-commers merupakan aktifitas jual beli barang atau jasa melalui *elektronik* dan *internet*, dengan perkembangan teknologi dan informasi membuat perubahan dan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, berkembangnya bisnis *e-commerce* dalam hal ini bertindak sebagai produsen, berkontribusi mendorong penawaran produk dalam perdagangan online. Semakin banyak produsen e-commerce banyak barang dan jasa yang diperdagangkan secara online, sehingga semakin besar transaksi yang akan datang. Pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi penjualan barang dan jasa secara online maupun konvensional memiliki implikasi serupa terhadap pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto) yang merupakan indikator umum digunakan untuk mengetahui pertumbuhan ekonomi dari tahun ke tahun.

Dengan perkembangan teknologi maka berkembang juga bentuk jual beli secara online, ada beberapa aplikasi online shop Tokopedia, Bukalapak, Lazada , Shopee dan lain-lain yang merupakan aplikasi belanja online yang paling digemari oleh masyarakat. Bank Indonesia mengatakan tahun 2019 jumlah transaksi e-commerce per-bulan mencapai Rp11 triliun- Rp 13 triliun. Sepanjang hari belanja nasional pada 12 Desember tahun 2018, shopee meraih RP 1,3 triliun dalam waktu 24 jam dan terdapat 80 juta barang yang terjual, pencapaian ini menjadi bukti nyata bahwa Shopee ikut mendorong daya beli konsumen dan tentunya mendorong pertumbuhan ekonomi indonesia begitupun dengan aplikasi online lainnya.

Perusahaan teknologi *e-commerce* lokal *SIRCLO* mengeluarkan laporan mengenai informasi-informasi penting seputar tren pertumbuhan pasar *e-commerce* Indonesia. Isi laporannya yaitu mengenai perbandingan antar pasar di Asia Tenggara, jumlah investasi pemerintah untuk infrastruktur *e-commerce*, serta potensi pasar untuk investor global dan lokal. Laporan tersebut mencatat bahwa adanya kenaikan 200% investasi global dan lokal dan juga merupakan kenaikan investasi digital di Indonesia dari tahun ke tahun.

Hal ini terjadi berkat unicorn *e-commerce* tanah air seperti Tokopedia, Bukalapak yang berhasil menarik perhatian berbagai investor luar dan dalam negeri, misalnya Tokopedia yang mengantongi investasi senilai 1,1 miliar dolar Amerika (Rp 15,4 triliun) dari Alibaba di akhir tahun 2018 dan Bukalapak yang mendapat suntikan dana dari Mirae dan Never Corp senilai 50 juta dolar Amerika (Rp700 miliar) di kuartal pertama tahun 2019.

Perkembangan dan kategorisasi online, dengan lahirnya *online store* atau *pasar online* para penjual memperoleh banyak manfaat yang ada. Selain menjual, *customer* juga merasakan berbagai manfaat dalam melalui internet dengan adanya pasar online. Konsumen memanfaatkan *pasar online* dengan berbagai alasan dan tujuan seperti mencari fitur produk, harga atau *mereview*, memilih produk dan pelayanan melalui internet, penempatan order, melakukan pembayaran, atau cara lain yang kemudian diikuti dengan pengiriman produk yang dilakukan melalui internet, atau cara lain dan terakhir adalah layanan penjualan melalui internet atau yang lainnya.

Dengan perkembangan belanja secara online maka peneliti mengambil beberapa atau kategorisasi aplikasi yang digunakan sebagai sarana berbelanja bagi mahasiswa Universitas Negeri Padang. Aplikasi yang dimaksud ialah aplikasi Shopee, aplikasi Lazada, aplikasi Tokopedia dan aplikasi Bukalapak. Aplikasi Shopee merupakan mobile-Marketplace pertama bagi konsumen yang siap menawarkan kemudahan dalam jual beli dan juga mengambil bagian dalam mendukung pertumbuhan Indonesia dalam *e-commerce* ritel global dengan membawa pengalaman berbelanja *social commerce* yang mengintegrasikan penggunaan media sosial dan online shopping tempat untuk mendukung interaksi sosial antara penjual dan pembeli yang berdiri, pada tahun 2009 oleh Chris Feng.

Di perkenalkan kepada negara Asia Tenggara tahun 2015, tahun 2017 pengunduhan aplikasi sebanyak 80 juta dan nilai penjualan 1,6 miliar dolar Amerika dan pada tahun 2018 telah meraih 1,5 juta transaksi dalam waktu 24 jam hal ini merupakan rekor baru bagi *marketplace e-commerce* di Indonesia. Bahkan sampai saat ini tahun 2019 dan 2020 telah 61.669.392 pengguna Shopee di Indonesia, pada saat itu sampai sekarang aplikasi Shopee sangat berkembang dengan pesat karena kemudahan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan, baik itu dari proses penjualan yang mudah dan barang-barang yang murah dan bagus, semua barang yang diperlukan oleh konsumen ada di aplikasi Shopee.

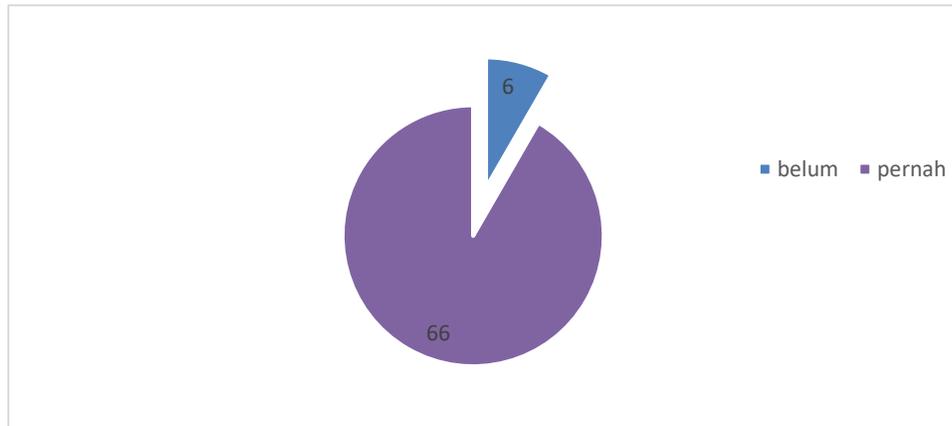
Aplikasi Lazada yang didirikan oleh Rocket Internet perusahaan swasta yang di Singapura pada tahun 2011. Aplikasi Lazada bertujuan untuk membangun model bisnis Amazon.com di Asia Tenggara untuk mengambil keuntungan dari konsumen dari pasar online. Rocket Internet adalah inkubator Jerman yang membangun perusahaan yang meniru model bisnis perusahaan teknologi AS, Amazon yang sukses di pasar negara berkembang.

Tahun 2012 aplikasi lazada sudah diperkenalkan di Indonesia dan Negara Asia Tenggara lainnya. Aplikasi lazada juga menyediakan berbagai barang yang diperlukan oleh konsumen serta fasilitas yang baik untuk konsumen

Aplikasi Tokopedia, Toko pedia.com juga bentuk online shopping yang diperkenalkan ke media tanggal 17 Agustus 2009 oleh, Wiliam Tanuwijaya dan Alpha Edison Tahun 2009 Tokopedia mendapat modal awal dari PT Indonusa Dwitama, tahun 2010 dari East Ventures, tahun 2011 dari Cyber Agen Ventures, tahun 2012 dari Netprice, tahun 2013 oleh Soft Bank Ventures dan tahun 2014 Tokopedia merupakan perusahaan teknologi yang mendapat penanaman modal sebanyak 100 juta dollar Amerika. Dengan penanaman modal yang diberikan oleh perusahaan Tokopedia sangat berkeja keras untuk menuju kesuksesan, tahun 2010 Tokopedia mendapat *menggaet* 4659 dan 44785 *members*, pada tahun 2019 Tokopedia memilih BTS musisi Korea Selatan sebagai Brand Ambassador dengan kerja sama yang dilakukan oleh Tokopedia dan BTS membuat Tokopedia semakin banyak diminati oleh karena cara mempromosikan barang mereka begitu konsisten selalu menyebarkan pengaruh positif yang juga merupakan DNA Tokopedia. Tokopedia juga menjual semua barang yang dibutuhkan masyarakat, pengunduhan aplikasi Tokopedia sudah melebihi 10 juta dan 160 juta pengunjung setiap bulan.

Aplikasi Bukalapak, Bukalapak hadir pertama kali di Indonesia pada tanggal 10-01-2010 yang didirikan oleh anak muda Indonesia yang bernama Achmad Zaky, berawal dari kepedulian terhadap UKM (usaha kecil menengah). Awal berdirinya Bukalapak sebagai penjual dan pembeli khususnya barang bekas atau barang yang sudah terpakai, dengan berkembangnya waktu, Bukalapak membuat perubahan seperti, perubahan logo atau tanda perusahaan, penambahan barang baru, sistem pembayaran, membuat aplikasi supaya bisa mengunduh di handphone android. 500.000 perusahaan yang telah bekerja sama dengan Bukalapak seperti, Unilever, Mayora, Nestle, Indofood, P&G, Sampoerna. Hasil dari bekerja sama tersebut sekarang Bukalapak mendapat 166 juta pengunjung setiap bulan dan 10 juta pengunduhan aplikasi serta Bukalapak juga berada di peringkat ke-4 sebagai aplikasi E-commerce yang banyak diminati oleh milenial Indonesia. Bukalapak juga menjual bermacam-macam barang yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dan banyak penawaran yang membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut.

HASIL PENELITIAN



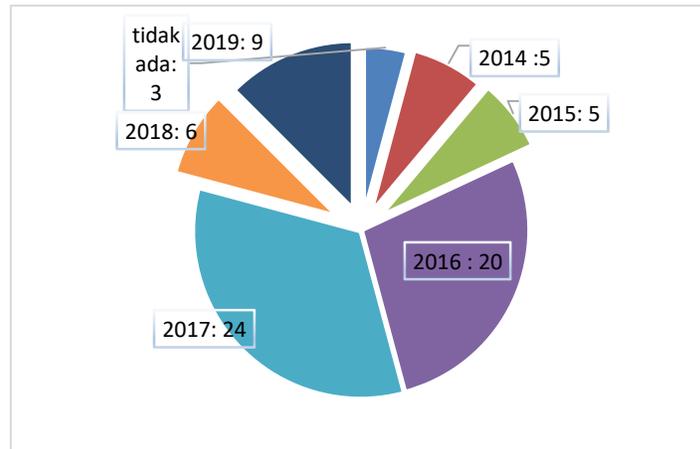
Gambar 1. Klarifikasi Responden Berdasarkan Telah Belanja Online
Sumber : Data yang telah diolah Tahun 2020

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan bahwa Mahasiswa UNP belanja secara Online sebanyak 66 orang dan hanya ada 6 Orang yang tidak berbelanja secara online dengan alasan mereka takut jika barang yang dipesan tidak sesuai gambar dan lebih nyaman belanja secara offline atau belanja secara tradiosional karena barang dapat dilihat langsung.

Alasan mahasiswa berbelanja secara Online

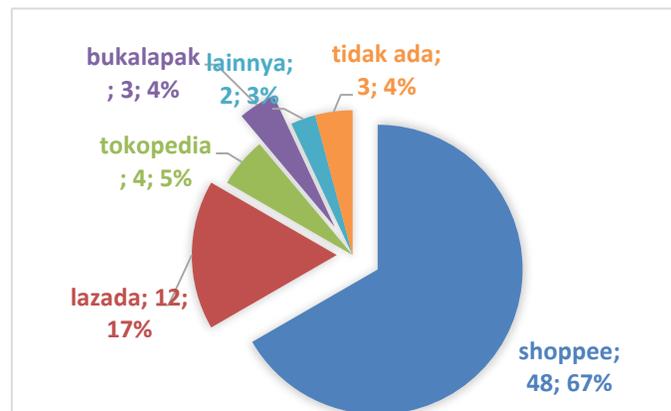
Inilah Respon Mahasiswa UNP kenapa berbelanja secara Online. “Lebih gampang, bisa mencari berbagai barang di bermacam-macam toko, harga lebih murah, kualitas oke, tidak ribet. Karena tidak mungkin rasanya membelinya secara langsung karena jarak dan waktunya, dengan adanya aplikasi dan jasa belanja online yg tersedia sekarang ini memudahkan sekali utk belanja jarak jauh, tetapi dengan tingkat kehati-hatian juga, karena sudah banyak terjadi kecurangan dalam belanja online, hemat tenaga dan lebih praktis Efisien, ekonomis, fleksibel

Karna mereka biasa belanja di online shop yang berada di jawa seperti bandung, bekasi dan lain-lain dengan hanya duduk dirumah. Ngikutin trend, mencari barang yang tidak ada di lingkungan tempat tinggal lalu mencarinya secara Online, untuk mencoba sensasi baru,



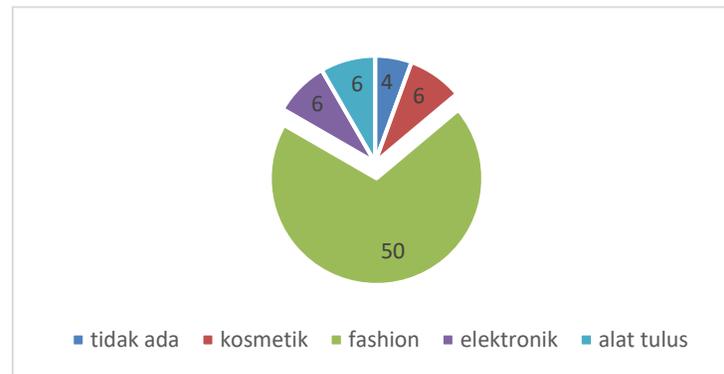
lebih memudahkan dalam proses transaksi, ada potongan dan stock barang tersedia banyak barang yang baru.

Gambar di atas menunjukkan bahwa Tahun berapa Mahasiswa Universitas Negeri Padang sudah mulai belanja secara baik itu yang masih menggunakan aplikasi Instagram, Facebook dan sekarang menggunakan aplikasi khusus untuk berbelanja seperti, Shopee, Lazada, Tokopedia Dan Bukalapak. dan masih ada yang tidak berbelanja secara online dengan jumlah 3 orang, tahun 2014 sebanyak 5 orang, tahun 2015 sebanyak 5 orang, tahun 2016 sebanyak 20 orang, tahun 2017 sebanyak 24, tahun 2018 sebanyak 6 orang dan tahun 2019 sebanyak 9 orang. Pada tahun 2019 mereka belanja Online karena adanya Pandemi Corona karena tidak bisa berbelanja ke Pasar, dan pada Tahun 2017 Mahasiswa UNP paling banyak yang sudah berbelanja secara online.



Gambar 2. Klarifikasi Responden Berdasarkan Aplikasi Yang dipakai
 Sumber : Data yang telah diolah Tahun 2020

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan bahwa Mahasiswa yang memakai aplikasi saat berbelanja online, seperti aplikasi shopee yang menggunakan sebanyak 48,67%, Lazada yang menggunakan sebanyak 12,17%, Tokopedia yang menggunakan sebanyak 4,5%, Bukalapak yang menggunakan sebanyak 3,4%, Lainnya seperti Zalora dan Gojek sebanyak 2,35 dan yang tidak menggunakan sebanyak 3,4%.



Gambar 3. Klarifikasi Responden Berdasarkan Barang yang dibeli
 Sumber : Data yang sudah diolah Tahun 2020

Berdasarkan Gambar 3.12 menunjukkan barang-barang yang dibeli secara Online oleh Mahasiswa Universitas Negeri Padang seperti barang Kosmetik sebanyak 6 orang, fashion sebanyak 50 orang, elektronik sebanyak 6 orang, alat tulis sebanyak 6 orang dan ada juga yang tidak membeli barang sebanyak 4 orang. Barang Fashion biasanya digunakan untuk penampilan atau bergaya dan itu kebutuhan sekunder, bukan kebutuhan primer, mengakibatkan mahasiswa Universitas Negeri Padang berperilaku konsumtif, mereka membeli barang bukan untuk kebutuhan melainkan keinginan meskipun barang tersebut belum tentu digunakannya, kebanyakan yang membeli barang Fashion ialah Mahasiswa UNP, barang Fashion lebih murah jika berbelanja melalui online dari pada belanja ke pasar, barang-barang yang ditampilkan selalu menarik dan terbaru.

KESIMPULAN

Mahasiswa lebih suka berbelanja secara online dari pada belanja ke pasar, karena praktis dan mudah belanja yang dilakukan karena menghemat waktu, dan persepsi mahasiswa juga telah menjadikan *trend* dalam berbelanja *online shop* itu sendiri serta lebih menekankan untuk memenuhi kebutuhan untuk membeli barang-barang seperti : Fashion (tas,sepatu,baju dan lainnya),alat tulis dan kebutuhan pribadi. Mahasiswa Universitas Negeri Padang berbelanja secara Online bukan hanya untuk keperluan melainkan keinginan meskipun barang tersebut belum tentu mereka pakai, hal ini mengakibatkan mahasiswa berperilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Anang Sugara Rizki Yudhi Dewantara.2017. Analisis Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Penggunaan Sistem Transaksi Jual Beli *Online*.Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 52 No. 1
- Chacha Andira Sari.2015.Perilaku Berbelanja *Online* Di Kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. Antro Unairdot Net, Vol.IV/No.2

Fauyhi Eko Nugroho.2016.Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Studi Kasus Tokoku.Jurnal SIMETRIS, Vol 7 No 2

Setyaningsih, sri utami.2010.Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis.Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi Vol. 8, No. 1

Website

Ardiansyah.2016.Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli online.
<http://dspace.uui.ac.id>

Bukalapak Padang.<https://unp.ac.id>

Kebijakan Pemerintah Terhadap E-commerce. www.goodnewsfromindonesia.id

Minat Belanja Tinggi, E-commerce Indonesia Semakin Berkembang.2019.
<https://m.liputan6.com>

Online shop : Sejarah, perkembangan dan pengaruh bagi kehidupan manusia.
www.kompasiana.com halaman 1

Pengaruh E-commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.2020. www.suara.com

Tech in Asia-Connecting Asia's Startup ecosystem" www.techianasia.com

(dalam bahasa inggris). Diakses tanggal 2018-11-22