

IMPLEMENTASI ETIKA BISNIS PELAYANAN KONSUMEN E-COMMERCE DI ERA GLOBALISASI

Nurhaeni Sikki¹, Dadi Priadi², Chaerunnisa Nur Kholifah³, Finna Kharisma Putri⁴.

^{1,2,3,4} Universitas Sangga Buana Bandung

korespondensi: ¹nurhaenisikki@usbvpkp.ac.id, ²dadi.priadi@usbvpkp.ac.id,
³nisanur3008@gmail.com, ⁴kharismainna24@gmail.com

ABSTRACT

Ethics is commonly called morals, attitudes, norms, manners. Ethics is not only found in the family, but also in schools, the environment and so on. The term ethics comes from the word ethos which in ancient Greek has many meanings, namely the usual place of residence, pasture, stables, habits, customs, morals, character, feelings, attitudes and ways of thinking. In the plural the word to etha means custom. The meaning of the word by the Greek philosopher, Aristotle (384-322 BC), was used as the background for the formation of the term ethics and has been used to denote moral philosophy. So, if it is limited to the origin of the word, the word ethics implies the science of what is usually done or the science of customs.

E-Commerce is a dynamic set of technologies, applications, and business processes that connect companies, consumers and specific communities through electronic transactions and electronic trading of goods, services and information. In simple terms, e-commerce can be defined as the activity of buying and selling goods, services or transmitting funds or data using electronics connected to the internet. This e-commerce transaction is no longer a new thing in the country, in fact its development is very fast.

The research method used in conducting the discussion is a qualitative method, using data obtained through questionnaires.

Keywords: Business Ethics, Implementation of Business Ethics, E-Commerce

ABSTRAK

Etika biasa disebut moral, sikap, norma, sopan santun. Etika tidak hanya didapatkan di keluarga saja, tetapi juga didapatkan disekolah, lingkungan dan sebagainya. Istilah etika berasal dari kata ethos yang dalam bahasa Yunani Kuno bentuk tunggalnya mempunyai banyak arti, yaitu tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap dan cara berpikir. Dalam bentuk jamak kata to etha artinya adalah adat kebiasaan. Arti kata tersebut oleh Filsuf Yunani, Aristoteles (384-322 S.M), dijadikan latar belakang bagi terbentuknya istilah etika dan sudah dipakai untuk menunjukkan filsafat moral. Jadi, jika dibatasi pada asal usul katanya, kata etika mengandung pengertian sebagai ilmu tentang apa yang biasa dilakukan atau ilmu tentang adat kebiasaan.

E-Commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Secara sederhana pengertian E-commerce dapat diartikan sebagai aktivitas transaksi jual-beli barang, servis atau transmisi dana atau data dengan menggunakan elektronik yang terhubung dengan internet. Transaksi e-commerce ini bukan lagi hal baru di tanah air, bahkan perkembangannya terbilang sangat pesat.

Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan pembahasan ialah metode kualitatif, dengan menggunakan data yang diperoleh melalui kuisioner.

Kata Kunci: Etika Bisnis, Implementasi Etika Bisnis, Perdagangan Elektronik

PENDAHULUAN

Di era globalisasi seperti sekarang ini, teknologi sangat erat kaitannya dengan internet. Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun tampak turut serta mendorong perkembangan internet, salah satunya di Indonesia. Para pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dikarenakan kemudahan akses internet yang dapat dilakukan kapanpun, dimanapun, dan oleh siapapun. Bahkan teknologi ini dapat dinikmati oleh hampir seluruh elemen masyarakat tanpa adanya batasan dan juga kesulitan. Perkembangan Teknologi informasi dan internet memiliki dampak positif bagi masyarakat Indonesia. Teknologi dan internet mampu mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia yang tadinya tertinggal menjadi modern. Beberapa dampak positif dari teknologi dan internet yang berkembang di Indonesia diantaranya memudahkan pencarian informasi, memudahkan dalam berkomunikasi,

memudahkan pekerjaan, dan lainnya (id.wikipedia.org).

Internet merupakan media elektronik muthakhir yang menunjang ecommerce (electronic commerce) dan mengalami pertumbuhan pesat (Bertha, 2006). E-commerce adalah fasilitas yang berhubungan langsung dengan perdagangan barang, jasa dan aktivitas bisnis lain yang berkaitan, melalui media elektronik.

Perkembangan internet yang pesat memberi pengaruh yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya dalam dunia bisnis. Penggunaan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi yang dapat diakses melalui media internet, melainkan juga dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan yang dikenal dengan istilah electronic commerce atau e-commerce. Industri e-commerce di Indonesia berkembang cukup baik. Perkembangan e-commerce yang cukup baik tersebut tidak terlepas dari jumlah

pengguna internet di Indonesia yang meningkat tiap tahunnya.

Diantara banyaknya layanan e-commerce yang ada di Indonesia, Salah satu yang populer adalah toko online Lazada. Lazada Indonesia didirikan pada tahun 2012 dan merupakan salah satu cabang dari jaringan retail online Lazada di Asia Tenggara. Lazada Asia Tenggara merupakan cabang anak perusahaan jaringan Rocket Internet, perusahaan asal Jerman. Sebagai pendatang baru di bisnis e-commerce Indonesia, Lazada mampu merebut perhatian sebagian besar masyarakat internet (netizen). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nusa Research yang berjudul "E-Commerce Indonesia 2014 Omnibus Popular Brand Index", Lazada merupakan situs ecommerce terpopuler di Indonesia saat ini. Berdasarkan situs pemeringkat website Alexa.com, Lazada saat ini menempati urutan ke-11 sebagai situs yang paling sering dikunjungi. Peringkat tersebut menempatkan Lazada di urutan pertama sebagai situs toko online business to consumer (B2C) yang paling sering dikunjungi. (www.alexacom).

Indonesia sempat masuk dalam daftar negara dengan potensi pertumbuhan industri e-commerce yang menjanjikan, namun hal itu tidak membuat perjalanan industri e-commerce Indonesia berjalan lancar begitu saja, bahkan sempat pula dikatakan masih banyak pelaku industri yang merugi.

Etika merupakan salah satu cabang Ilmu Filsafat yang memfokuskan pada moral manusia dalam tindakan-tindakan yang dilakukan khususnya yang bersangkutan dengan kebaikan dan keburukan dari hasil tindakannya. Etika berasal dari bahasa Yunani, yaitu ethos yang artinya cara bertindak, adat dan kebiasaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 1995), etika merupakan Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Etika tidak bisa disamakan dengan moral.

Pengertian Etika Bisnis

Pengertian etika bisnis adalah aturan yang tak tertulis soal bagaimana cara menjalankan kegiatan bisnis dengan adil, serta sudah sesuai dengan hukum yang diberlakukan negara dan tidak pula tergantung pada kedudukan individu maupun perusahaannya dalam masyarakat.

Menurut Sumarni, etika bisnis ini terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran berusaha (1998:21).

Menurut Bertens, etika bisnis bahkan lebih luas dari ketentuan yang diatur oleh hukum, bahkan merupakan standar yang lebih tinggi dibandingkan standar minimal ketentuan hukum, karena dalam kegiatan bisnis seringkali kita temukan

wilayah abu-abu yang tidak diatur oleh ketentuan hukum (2000).

Menurut Muslich (2004:9) Pengertian Etika bisnis ini ialah suatu pengetahuan mengenai/tentang tata cara ideal pengaturan serta pengelolaan bisnis yang memperhatikan norma serta juga moralitas yang berlaku dengan secara universal.

Menurut Hill dan Jones Pengertian Etika Bisnis ini ialah suatu ajaran dalam membedakan antara salah & benar dalam memberikan pembekalan kepada tiap-tiap pemimpin dari sebuah perusahaan pada saat mempertimbangkan dalam mengambil keputusan strategis yang terkait dengan adanya masalah moral yang kompleks.

Menurut Sim Pengertian Etika Bisnis ini merupakan karakter dalam menyampaikan integritas moral serta nilai-nilai yang konsisten dalam pelayanan kepada masyarakat. Hal tersebut berkaitan dengan kepemimpinan yang efektif di dalam organisasi.

Menurut Velasques Pengertian Etika Bisnis ini merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar serta salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi serta perilaku bisnis.

Prinsip Etika Bisnis

Dibawah ini merupakan beberapa prinsip etika bisnis, diantaranya ialah sebagai berikut:

- a. **Memiliki Kejujuran Saat Berkomunikasi dan Bersikap**
Disaat membangun sebuah bisnis itu dibutuhkan kejujuran saat berkomunikasi dan bersikap dengan mitra kerja dan konsumen, sehingga usaha yang dibangun tersebut akan mendapatkan kepercayaan.
- b. **Selalu Memenuhi Janji Dan Komitmen**
Seorang pembisnis yang baik itu harus selalu memenuhi tiap-tiap janjinya serta selalu berkomitmen di dalam menjalankan bisnisnya.
- c. **Memiliki Integritas**
Maksudnya, dalam berbisnis atau juga menjalankan usaha itu dibutuhkan konsistensi pada pemikiran, ucapan serta perbuatan.
- d. **Memiliki Loyalitas**
Mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap suatu bisnis yang di geluti itu merupakan hal yang penting. Loyalitas tersebut dapat/bisa dilihat dari kerja keras serta juga keseriusan di dalam menjalani bisnis, bekerja sesuai dengan visi serta misi, dan juga tidak mencampurkan urusan pekerjaan itu dengan urusan pribadi.

Menurut Coux Round Table, prinsip etika bisnis diantaranya:

- Tanggung jawab dalam hal yang dikerjakan
- Dalam aspek berbisnis harus menuju inovasi, keadilan, serta komunitas dunia
- Saling percaya dalam perilaku

Pengertian Administrasi Bisnis

Menurut (Kamaluddin, 2017:1), Administrasi didefinisikan sebagai “keseluruhan proses kerja sama” antara dua orang atau lebih yang didasarkan atas rasionalitas tertentu dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan sebelumnya dengan memanfaatkan sarana dan prasarana tertentu secara berdaya guna dan berhasil guna.

Pengertian Administrasi bisnis menurut Y. Wayong yang dikutip oleh Prawiro (2018), administrasi bisnis adalah keseluruhan kegiatan mulai dari produksi barang dan jasa sampai tibanya barang dan jasa tersebut ditangan konsumen.

Pengertian Bisnis

Menurut (Kamaluddin, 2017:5), Pengertian Bisnis yaitu suatu organisasi yang menjual barang atau layanan pada customer atau bisnis lainnya, untuk memperoleh laba. Secara historis kata bisnis berasal dari Bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang bermakna “sibuk” dalam konteks individu, komunitas, maupun masyarakat. Dalam

artian, sibuk mengerjakan kesibukan serta pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Definisi lain dari Bisnis menurut D. Caughland J. Hooper yang dikutip oleh Kamaluddin (2017:6), yaitu: “Bisnis adalah keseluruhan yang lengkap pada berbagai bidang seperti industri dan penjualan, industri dasar dan industri manufaktur dan jaringan, distribusi, perbankan, transportasi, asuransi dan lain sebagainya yang kemudian melayani dan masuk kedalam bidang bisnis secara menyeluruh”.

E-commerce

Merupakan singkatan dari Electronic Commerce yang artinya suatu sistem pemasaran yang memanfaatkan internet dan media elektronik dapat mencakup beberapa kegiatan diantaranya marketing, penjualan, pembelian, distribusi dari sebuah produk yang dilakukan dengan memanfaatkan sistem elektronik seperti Internet atau jaringan komputer yang lain (Rahmati, 2009). Mekanisme teknologi tersebut dapat dioperasikan di mana saja oleh semua negara di dunia karena sudah mempunyai standar yang bersifat universal (Kwahk & Ge, 2012).

Suatu bentuk dari kemajuan teknologi informasi (TI) yang telah membawa sejumlah perubahan, antara lain interaksi yang menjadi lebih mudah karena tanpa adanya batasan waktu dan tempat, melakukan promosi yang lebih mudah, dapat memperluas pangsa pasar,

dan adanya transparansi bisnis dan kemudahan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen adalah sistem E-Commerce (Bernadi, 2013).

Menurut Kotler & Armstrong (2012) E-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer, yang digunakan oleh pebisnis dalam melakukan aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan menggunakan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberi jasa.

Menurut Loudon (1998) pengertian E-Commerce adalah suatu proses transaksi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual dalam membeli dan menjual berbagai produk secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara transaksi bisnis yang dilakukan.

Menurut Kalakota dan Whinston (1997) pengertian E-commerce adalah aktivitas belanja online dengan menggunakan jaringan internet serta cara transaksinya melalui transfer uang secara digital.

E-commerce menyebabkan pertumbuhan pasar ke arah pasar sempurna dari sisi keuangan. Salah satu model bisnis e-commerce yang banyak digunakan adalah e-commerce C2C atau disebut marketplace yaitu www.lazada.co.id.

PT. Lazada Indonesia diluncurkan pada bulan Maret 2012 dan berkembang pesat hingga saat ini. Lazada Indonesia merupakan salah satu bagian dari jaringan retail online Lazada Group yang beroperasi di enam negara di Asia Tenggara, yang terdiri dari Lazada Indonesia, Lazada Malaysia, Lazada Thailand, Lazada Vietnam, lazada Singapore dan Lazada Filipina dengan total pengguna 550 juta pengguna dari total keseluruhan enam negara tersebut.

Lazada sebagai perusahaan yang bergerak dibidang ritel e-commerce di Indonesia berharap dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam membeli berbagai jenis produk dari berbagai kategori, mulai dari produk elektronik, dekorasi rumah, produk kesehatan hingga produk kecantikan, dengan cukup mengakses situs maupun aplikasi dari Lazada. Ditunjang dengan fasilitas multiple payment termasuk cash-on-delivery, memberikan kemudahan bagi konsumen khususnya di Indonesia untuk mendapat barang-barang terbaru yang diinginkannya.

Selain memberikan kemudahan transaksi lazada juga memberikan berbagai promo serta diskon dengan potongan harga murah dan penawaranpenawaran yang pastinya menarik untuk para pembeli. Untuk informasi mengenai segala produk dapat diakses di website Lazada indonesia yaitu lazada.co.id. Lazada merupakan perintis e-

commerce di beberapa negara dengan pertumbuhan tercepat di dunia dengan beberapa pengalaman belanja online cepat, aman dan nyaman.

Bagi Lazada prioritas tertinggi adalah untuk menciptakan pengalaman belanja online terbaik untuk setiap pelanggan di Indonesia. Semenjak tiga tahun beroperasi di Indonesia semenjak Maret 2012 lalu, lazada telah berhasil mencatatkan beberapa pencapaian yang luar biasa. Pada bulan September 2014 lalu lazada Indonesia berhasil melakukan penjualan secara eksklusif smartphone Xiaomi Redmi 1S yang berhasil habis terjual dalam waktu tujuh menit. Di bulan tersebut juga, Lazada disebut sebagai situs e-commerce paling populer di Indonesia berdasarkan hasil riset oleh perusahaan riset NusaResearch. Kemudian di bulan Desember 2014 lazada juga berhasil mengadakan event Online Revolusi 12.12, yaitu event promo yang diprakarsai oleh Lazada yang juga diikuti oleh beberapa perusahaan raksasa-raksasa e-commerce tanah air, yang berhasil mencatatkan 10 juta kunjungan pada situs dan aplikasi lazada dalam kurun waktu 24 jam. Sampai akhir Desember 2014 tahun lalu tercatat total nilai barang terjual (GMV-Gross Merchandising Volume) di lazada adalah \$384 juta dan mengalami peningkatan 300% dibanding tahun sebelumnya.

CEO Lazada Indonesia pada saat ini adalah Magnus Ekbohm. Ia pindah dari Swedia

ke Asia pada tahun 2011 dan dalam lima tahun terakhir terfokus pada pasar Asia Tenggara di mana dia sekarang bertempat tinggal di Indonesia. Ia mengungkapkan saat ini Lazada Indonesia kurang lebih memiliki sekitar lima ratus karyawan.

Pengertian Implementasi

Solichin Abdul Wahab (2004) Webster dalam Wahab (2004:64) adalah : Konsep implementasi berasal dari bahasa Inggris yaitu to implement. Dalam kamus besar Webster, to implement (mengimplementasikan) berarti to provide the means for carrying out (menyediakan sarana untuk melaksanakan sesuatu) dan to give practical effect to (untuk menimbulkan dampak/akibat terhadap sesuatu).

Wahab (2001:68) juga mendefinisikan implementasi sebagai berikut : Implementasi adalah pelaksanaan keputusan kebijakan dasar, biasanya dalam bentuk undang-undang, namun dapat pula berbentuk perintah-perintah atau keputusan-keputusan eksekutif yang penting atau keputusan badan peradilan.

Secara sederhana implementasi bisa diartikan pelaksanaan atau penerapan. Majone dan Wildavsky (2004) dalam (Nurdin dan Usman, (2004:70) mengemukakan implementasi sebagai evaluasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam melakukan pembahasan ialah metode kualitatif, dengan menggunakan data yang diperoleh melalui kuisisioner. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2011:6).

Mengingat peneliti sendiri merupakan instrumen inti atau utama (human instrument), berusaha untuk mendapatkan data nyata. Maka peneliti menggunakan data yang berasal dari kuisisioner yang di ambil melalui g-form. Kuisisioner sendiri adalah instrumen penelitian yang terdiri dari rangkaian pertanyaan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuisisioner dapat dianggap sebagai wawancara tertulis. Cara ini dapat dilakukan dengan tatap muka, melalui telepon, komputer atau bahkan pos.

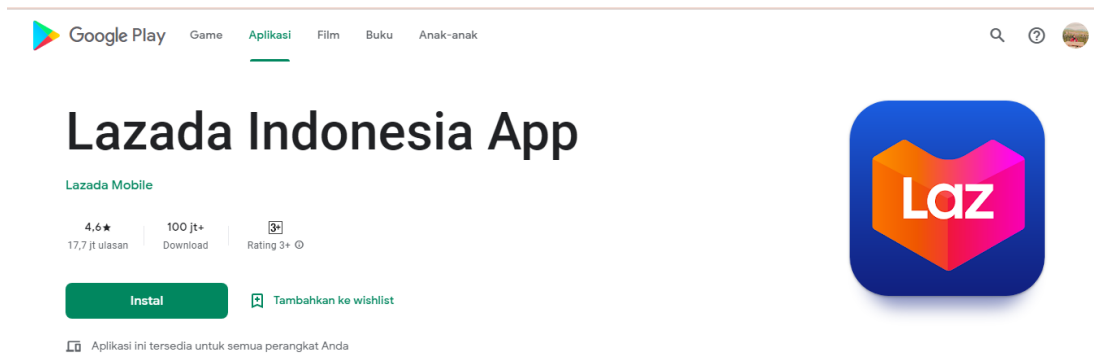
Jenis data dalam penelitian ini yaitu data primer, menurut Sugiyono: data primer merupakan sumber data dalam pemberian informasi dilakukan secara langsung pada pengumpul penelitian. Data sekunder yaitu data yang digunakan hanya sebagai

pendukung dari data primer. Data primer adalah data yang bisa Anda dapatkan dengan beberapa cara misalnya kuisisioner, wawancara langsung, atau survei.

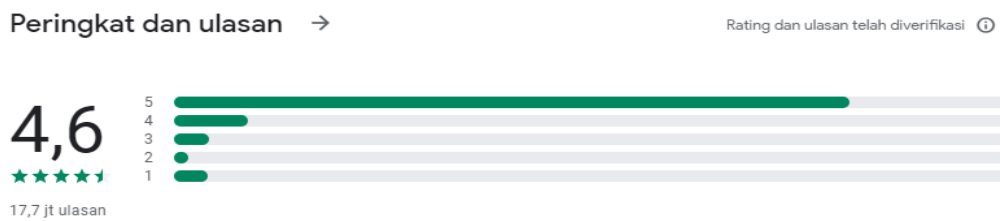
HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagian besar bisnis online lazada Indonesia saat ini dilaksanakan di jaringan digital yang menghubungkan lazada dengan konsumen melalui media website yang terhubung dengan Internet. Internet adalah jaringan komputer yang menghubungkan pengguna di seluruh dunia dengan menghubungkan mereka dengan "penyimpanan informasi" yang sangat besar (Kotler & Armstrong, 2008: 237).

Tantangan yang dihadapi lazada Indonesia ini mereka bangun kepercayaan untuk melakukan belanja di situs web lazada.co.id dengan meningkatkan fasilitas layanan, ketika orang membeli sebuah produk menginginkan barang tersebut ada terlebih dahulu lazada menyediakan fasilitas cash on delivery, dimana barang yang akan dibeli konsumen langsung diantarkan dan dibayar di tempat dan lazada memfasilitasi mereka yang telah berbelanja online dengan customer service untuk keluhan atau penukaran barang yang rusak saat diterima oleh konsumen. Fasilitas customer service tersedia langsung di website lazada.co.id.



Gambar 1

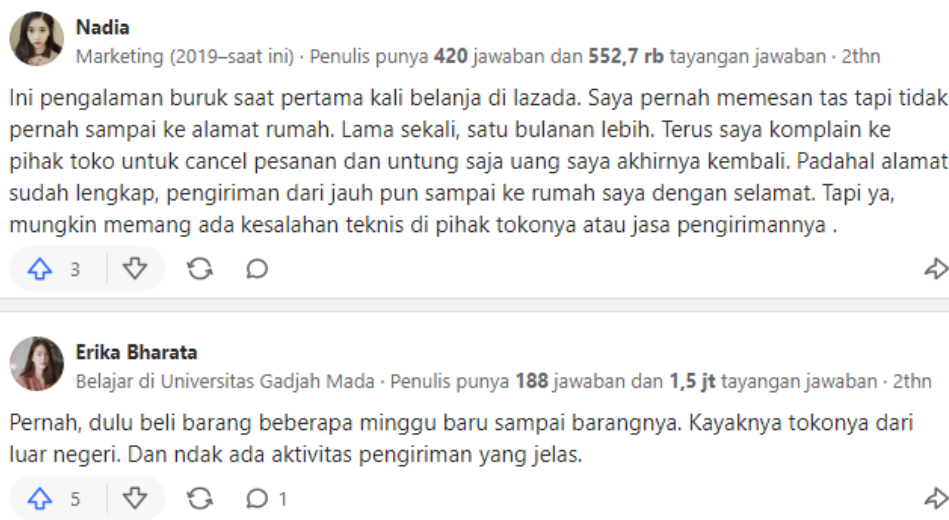


Gambar 2

Tanggapan Konsumen Pada Pelayanan Lazada

Menurut data Lazada sudah menerima banyak tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan lazada dalam bentuk presentase. Dan

berdasarkan presentase peringkat dari ulasan tersebut ditentukan pelayanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan. Rata-rata tingkat kesesuaian kepuasan konsumen pada pelayanan lazada 4,6 % dari 17,7 jt ulasan.



Gambar 3

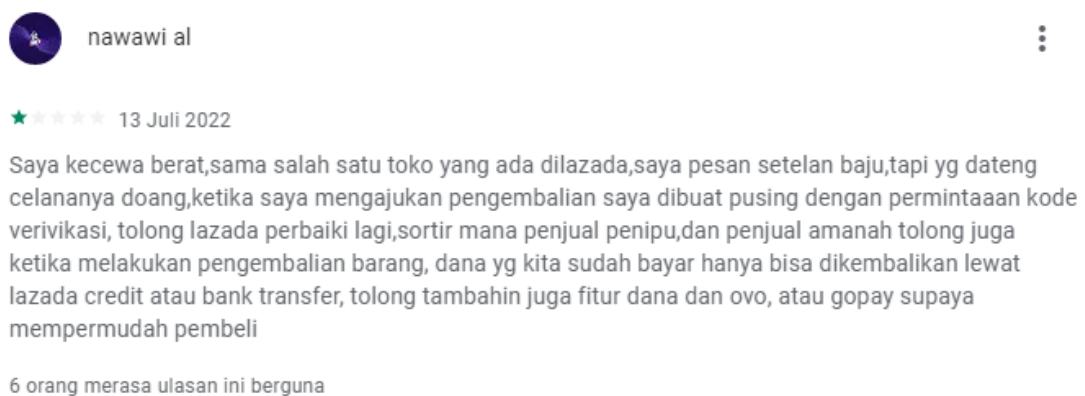
Beberapa Ulasan Yang Ada Di Google Play Store

Adapun beberapa permasalahan yang terjadi di lazada yang dikutip pada ulasan Google playstore. Konsumen merasa proses retur yang dilakukan oleh Lazada masih

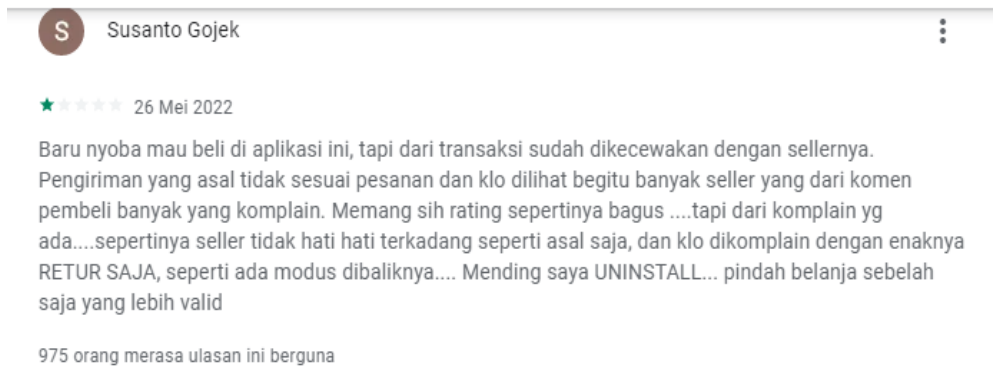
kurang baik. Hal ini dikarenakan sangat banyak konsumen merasa poses retur yang dilakukan membutuhkan waktu yang lama diproses, entah mengenai masalah penukaran barang ataupun proses *refund*. Hal ini tentunya harus diperhatikan Lazada jika ingin bersaing dengan situs jual beli online lainnya.



Gambar 4

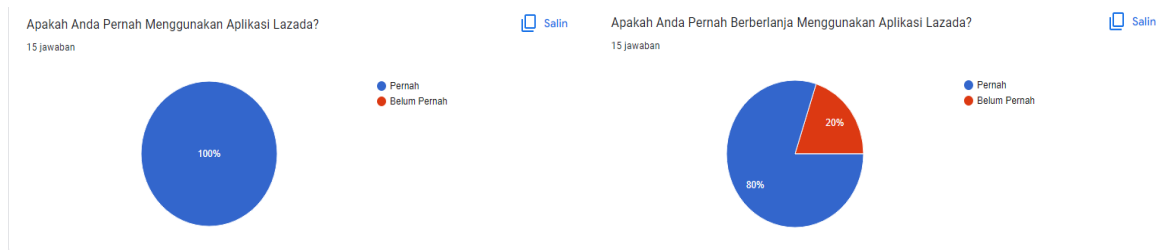


Gambar 5

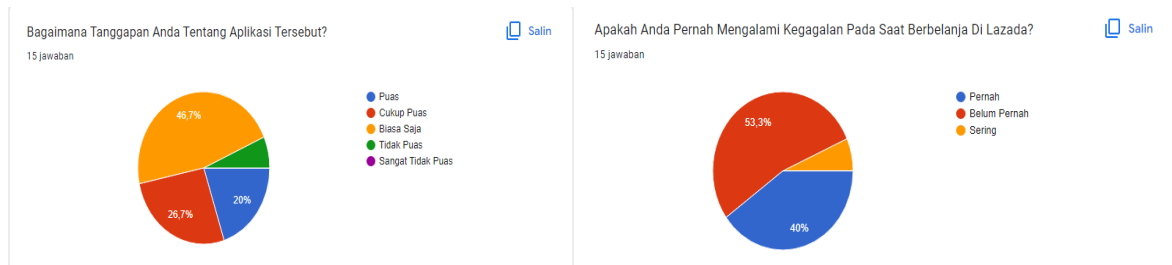


Gambar 6

Hasil Kuisisioner



Gambar 7 & 8

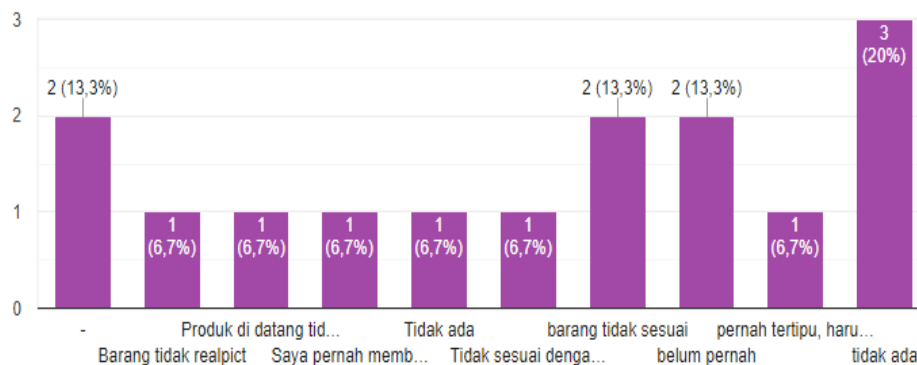


Gambar 9 & 10

Jenis Kegagalan Apa Yang Pernah Anda Alami

Salin

15 jawaban



Gambar 11

SIMPULAN

Indonesia sejak beberapa tahun terakhir ini. Mendapatkan Berbagai kemudahan dalam berbelanja melalui Internet. Aplikasi lazada ini dirasakan oleh pengguna untuk melakukan pembelian secara online dan memudahkan dalam pencarian produk dan tidak perlu lagi membuang banyak waktu dan tenaga untuk melakukan pembelian dan pencarian produk yang di tuju dan banyak lagi kemudahan yang ditawarkan oleh situs online seperti traveloka, bukalapak dan penjualan online lainnya.

Informasi Web memiliki pengaruh negatif terhadap Kepuasan atas Web. Dimana hal tersebut apabila Informasi Web yang dimiliki Lazada baik maka tidak akan mempengaruhi Kepuasan Atas Web yang dimiliki Lazada. Hiburan Web memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Atas Web. Dimana hal tersebut apabila website

Lazada menghibur bagi konsumen maka Kepuasan Atas Web akan meningkat.

Efektivitas Isi Informasi memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan atas Web. Dimana hal tersebut apabila informasi pada web Lazada baik maka kepuasan konsumen terhadap web Lazada akan tinggi. Navigasi memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan atas Web. Dimana hal tersebut apabila navigasi pada website Lazada semakin baik maka akan meningkatkan Kepuasan atas Web yang dirasakan oleh konsumen. Keamanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan atas Web. Dimana hal tersebut apabila Keamanan pada situs belanja online Lazada ditingkatkan maka akan meningkatkan Kepuasan atas Web yang dirasakan konsumen pada Lazada.

Daftar Pustaka

- [1] Candra Ahmadi, D. H. (2013). *E- Business & E- Commerce*. Yogyakarta: Andi Offset .
- [2] Dr. Abdul R. Saliman, S. M. (2017). *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan "Teori dan Contoh Kasus"*. Jakarta: Kencana.
- [3] Hartono, J. (2013). *Sistem Teknologi Informasi Bisnis : Pendekatan Strategis*. Jakarta: Salemba Empat .
- [4] Prof. Dr.Neni Sri Imayanti, S. M. (2017). *Hukum Bisnis*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- [5] Ustadiyanto, R. (2002). *Framework e-commerce*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [6] A. S. Putra, "HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM DUNIA TEKNOLOGY BERBASIS REVOLUSI INDUSTRI 4.0."
- [7] Abrar, K., Zaman, S., & Satti, Z. W. 2017. Impact of Online Store Atmosphere, Customized Information and Customer Satisfaction on Online Repurchase Intention.Global Management Journal for Academic & Corporate Studies. 7(2). 22-34.
- [8] Daliri, E., Daliri, S., & Ismail, W. K. W. 2014. Online Social Shopping: The Impact Of Attitude, Customer Information Quality, Effectiveness Of Information Content And Perceived Social Presence.International Journal of Business Environment. 6(4). 426-450
- [9] Tatik Suryani. 2013. Perilaku Konsumen Di Era Internet. Yogyakarta : Graha Ilmu
- [10] Graha Nurdin "Data E-commerce Indonesia 2021 (Atur Strategi di Tahun 2021)." 13 Februari 2021 [Online] Available: <https://grahanurdian.e-commerce-indonesia-2021/> [Accessed 31 Agustus 2021]
- [11] Chakti Gunawan, Andi, The Book Of Digital Marketing, Makassar: Celebes Media Perkasa, 2019.
- [12] Cahyono Anang Sugeng, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia", Jurnal Publiciana, 9(1), 140-157, 2016.