

STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DIGITAL MAHASISWA SISTEM INFORMASI UNIVERSITAS PAMULANG DALAM PEMANFAATAN E-COMMERCE

¹Fanni Erda Tasia, ²Nasmal Hamda, ³Enok Nurhasanah

¹²³Universitas Pamulang

dosen02237@unpam.ac.id, dosen02178@unpam.ac.id, dosen02222@unpam.ac.id

ABSTRACT

The popularity of e-commerce-based entrepreneurship, particularly among university students, has been driven by the rapid development of digital technology. Students of the Information Systems Study Program possess significant potential to create digital businesses by leveraging their information technology knowledge. This study aims to examine the digital entrepreneurship strategies of students at Universitas Pamulang who utilize e-commerce in their business activities. The research involved 23 morning-class students who act as initiators or owners of e-commerce-based businesses. A descriptive qualitative research methodology was employed. Data were collected through observation, documentation, and in-depth interviews. Data analysis was conducted using the interactive model proposed by Miles and Huberman. The findings indicate that students primarily use online marketplaces and social media as their main business platforms. They implement digital marketing strategies through original content creation and online promotions. Despite facing challenges such as limited capital, time management issues, and market competition, their background in information systems supports them in managing digital businesses effectively. This study highlights the importance of digital entrepreneurship strategies and institutional support in assisting students to become successful entrepreneurs.

Keywords: digital entrepreneurship, e-commerce, Information Systems students, business strategy.

ABSTRAK

Popularitas kewirausahaan berbasis e-commerce, khususnya di kalangan mahasiswa, didorong oleh perkembangan teknologi digital. Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi memiliki potensi besar untuk menciptakan bisnis digital dengan memanfaatkan pengetahuan TI mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji strategi kewirausahaan digital mahasiswa Universitas Pamulang yang menggunakan e-commerce. Penelitian ini melibatkan 23 mahasiswa dari reguler pagi yang merupakan inisiator atau pemilik bisnis berbasis e-commerce. Metodologi penelitian kualitatif deskriptif dipilih. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. Model interaktif Miles dan Huberman digunakan untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan marketplace dan media sosial sebagai alat bisnis utama mereka. Mereka menerapkan strategi pemasaran digital melalui konten orisinal dan promosi online. Mahasiswa menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, manajemen waktu, dan persaingan, meskipun latar belakang sistem informasi mereka membantu mereka mengelola bisnis digital. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi kewirausahaan digital dan dukungan institusional dalam membantu mahasiswa menjadi wirausahawan yang sukses.

Kata kunci: kewirausahaan digital, e-commerce, mahasiswa Sistem Informasi, strategi usaha.

PENDAHULUAN

Banyak bidang kehidupan, seperti ekonomi dan bisnis, telah mengalami transformasi signifikan akibat pertumbuhan teknologi informasi yang pesat. Model bisnis berbasis teknologi baru, seperti e-commerce, telah muncul sebagai hasil dari digitalisasi. E-commerce tidak hanya memungkinkan pembelian dan penjualan online, tetapi juga memberikan banyak peluang bagi masyarakat, terutama kaum muda, untuk menciptakan

dan mengembangkan bisnis mereka sendiri dengan sumber daya keuangan yang terbatas. Dengan demikian, kewirausahaan digital merupakan strategi kunci untuk mengatasi kekurangan lapangan kerja di dunia saat ini.

Mahasiswa sebagai kelompok ilmuwan muda, memiliki potensi besar untuk mengembangkan kewirausahaan digital. Hal ini terutama berlaku bagi mahasiswa sistem informasi yang memiliki keahlian dan keterampilan dalam teknologi informasi, sistem digital, dan penggunaan platform online. Mahasiswa di Universitas Sistem Informasi Pamulang tidak hanya memperoleh keterampilan teknis tetapi juga menerima pelajaran kewirausahaan yang mencerminkan kemajuan teknologi terkini. Mahasiswa menggunakan e-commerce sebagai contoh bagaimana teknologi dan kewirausahaan dapat digabungkan.

Meskipun demikian, metode yang digunakan berkaitan langsung dengan keberhasilan wirausaha e-commerce mereka. Strategi kewirausahaan digital mencakup berbagai elemen, seperti memilih platform e-commerce dan mengelola konten digital, mengembangkan strategi pemasaran online, mengelola hubungan pelanggan, dan menggunakan media sosial serta teknologi pendukung lainnya. Dalam hal mengelola bisnis digital mereka, setiap siswa membawa pengalaman, pendekatan, dan tantangan mereka sendiri. Oleh karena itu, memahami bagaimana taktik ini dikembangkan dan diterapkan dalam situasi kehidupan nyata sangat penting.

Beberapa studi sebelumnya lebih berfokus pada kewirausahaan digital dari perspektif kuantitatif, seperti bagaimana e-commerce memengaruhi pertumbuhan pendapatan atau minat kewirausahaan. Namun, sangat sedikit studi kualitatif, khususnya yang berfokus pada mahasiswa sistem informasi di Universitas Pamulang, yang menggali lebih dalam pengalaman, persepsi, dan praktik mahasiswa. Meskipun demikian, pendekatan kualitatif dapat memberikan pemahaman yang lebih detail tentang proses kewirausahaan digital, termasuk faktor-faktor yang mendukung dan menghambat mahasiswa ketika menggunakan e-commerce sebagai alat bisnis.

Mahasiswa juga harus mengembangkan strategi inovatif dan jangka panjang karena lingkungan bisnis digital yang semakin kompetitif. E-commerce dapat menghasilkan hasil yang kurang memuaskan jika strategi yang salah digunakan. Oleh karena itu, penelitian diperlukan untuk menjelaskan bagaimana mahasiswa mengembangkan strategi kewirausahaan digital, bagaimana mereka beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar, dan bagaimana pendidikan sistem informasi memainkan peran penting dalam keberhasilan bisnis berbasis e-commerce.

Berdasarkan permasalahan ini, penelitian ini mengkaji strategi kewirausahaan digital yang digunakan oleh mahasiswa Sistem Informasi di Universitas Pamulang untuk memanfaatkan e-commerce. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan perspektif teoritis dan praktis tentang pengembangan penelitian kewirausahaan digital, serta implikasi praktis bagi mahasiswa, Universitas, dan pemangku kepentingan lainnya yang terlibat dalam pengembangan inisiatif kewirausahaan berbasis teknologi. Temuan penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada munculnya wirausahawan muda yang inovatif, adaptif, dan kompetitif dalam ekonomi digital saat ini.

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan pada dasarnya dipahami sebagai kemampuan individu dalam melihat peluang, mengelola sumber daya, serta mengambil risiko untuk menciptakan nilai tambah melalui suatu usaha. Menurut Drucker (2014), kewirausahaan merupakan praktik inovatif yang bertujuan untuk menciptakan peluang baru dengan memanfaatkan perubahan sebagai sumber daya utama. Senada dengan hal tersebut, Hisrich, Peters, dan Shepherd (2017) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang bernilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, disertai dengan risiko finansial, psikologis, dan sosial, guna memperoleh imbalan berupa keuntungan dan kepuasan pribadi. Dalam konteks pendidikan tinggi, kewirausahaan dipandang sebagai sarana strategis untuk

menumbuhkan kemandirian, kreativitas, dan daya saing lulusan, khususnya di tengah tantangan ekonomi digital (Zimmerer, Scarborough, & Wilson, 2020).

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan konsep kewirausahaan digital, yaitu bentuk kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai fondasi utama dalam penciptaan, pengelolaan, dan pengembangan usaha. Menurut Nambisan (2017), kewirausahaan digital merupakan aktivitas kewirausahaan yang proses bisnisnya sangat bergantung pada platform digital, data, dan teknologi informasi. Dalam konteks mahasiswa, kewirausahaan digital memberikan peluang yang luas karena relatif membutuhkan modal yang lebih kecil, fleksibel dari sisi waktu, serta memungkinkan integrasi antara pengetahuan akademik dan praktik bisnis nyata.

E-commerce merupakan salah satu bentuk konkret dari penerapan kewirausahaan digital. Menurut Laudon dan Traver (2021), e-commerce adalah proses transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan internet, termasuk kegiatan pemasaran, penjualan, distribusi, dan pelayanan kepada konsumen. Turban et al. (2018) menegaskan bahwa e-commerce tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai media strategis untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan e-commerce dalam kewirausahaan mahasiswa memungkinkan terjadinya efisiensi biaya operasional, kemudahan akses pasar, serta percepatan inovasi produk dan layanan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Strategi kewirausahaan digital merujuk pada serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang untuk memanfaatkan teknologi digital guna mencapai keunggulan kompetitif. Menurut David (2017), strategi bisnis merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui pemanfaatan sumber daya secara efektif. Dalam konteks digital, strategi kewirausahaan mencakup pemilihan platform e-commerce, pengelolaan konten, serta pemasaran online dan media sosial sebagai saluran utama bisnis (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021).

Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi memiliki keunggulan kompetitif dalam kewirausahaan digital karena dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan di bidang teknologi informasi, sistem, dan pengelolaan data. Menurut O'Brien dan Marakas (2016), pemahaman terhadap sistem informasi memungkinkan individu untuk merancang, mengelola, dan mengoptimalkan proses bisnis berbasis teknologi secara efektif. Penelitian oleh Kurniawan dan Pratama (2022) menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan di bidang sistem informasi berkontribusi positif terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengelola bisnis digital, khususnya dalam aspek penggunaan platform e-commerce, analisis data pelanggan, dan pemanfaatan teknologi pemasaran digital. Namun demikian, mahasiswa pelaku usaha digital juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, manajemen waktu antara studi dan usaha, serta tingkat persaingan yang tinggi di pasar digital (Rachmawati & Nugroho, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan digital berbasis e-commerce merupakan peluang strategis bagi mahasiswa Sistem Informasi untuk mengembangkan usaha secara inovatif dan berkelanjutan. Keberhasilan kewirausahaan digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan teknologi, tetapi juga oleh strategi bisnis yang tepat serta dukungan institusional dari perguruan tinggi dalam bentuk kebijakan, pelatihan, dan pendampingan kewirausahaan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, termasuk pendekatan kualitatif deskriptif. Tujuannya adalah untuk lebih memahami strategi kewirausahaan digital yang digunakan oleh mahasiswa Sistem Informasi di Universitas Pamulang dalam aktivitas e-commerce mereka. Creswell (2018) berpendapat bahwa penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman bagaimana individu atau kelompok berhubungan dengan fenomena sosial, sehingga sangat relevan untuk mempelajari strategi dan pengalaman kewirausahaan mahasiswa.

Mahasiswa Program Studi Sistem Informasi di Universitas Pamulang menjadi subjek penelitian ini. Lokasi ini dipilih karena mahasiswa memiliki pengalaman di bidang TI, yang berarti menawarkan banyak peluang untuk mengembangkan bisnis digital dan e-commerce. Penelitian ini dilakukan selama satu semester akademik untuk memberikan kesempatan yang cukup bagi pengumpulan data yang mendalam dan berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan purposive sampling untuk mengidentifikasi informan. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan faktor-faktor tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Respondennya adalah: (1) mahasiswa Program Studi Sistem Informasi di Universitas Pamulang, (2) memiliki atau mengelola bisnis e-commerce, dan (3) menggunakan teknologi digital seperti marketplace, media sosial, atau website dalam kegiatan bisnis mereka. Meskipun jumlah informan tidak ditentukan secara tepat, hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan prinsip saturasi data, yang berarti informasi yang diperoleh berulang dan disimpulkan.

Observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam merupakan metode pengumpulan data. Meskipun wawancara semi-terstruktur memberikan pedoman bagi peneliti untuk mengajukan pertanyaan, wawancara tersebut tetap memungkinkan informan untuk mendiskusikan pengalaman dan strategi mereka dalam kewirausahaan digital. Arikunto (2019) menyatakan bahwa wawancara merupakan metode pengumpulan data yang efektif untuk mendapatkan informasi rinci tentang sikap, persepsi, dan pengalaman subjek penelitian. Penilaian dilakukan untuk memantau secara langsung aktivitas kewirausahaan digital mahasiswa, termasuk pengelolaan toko online, strategi promosi, dan interaksi pelanggan. Foto, tangkapan layar platform e-commerce, konten iklan online, dan dokumen bisnis yang relevan digunakan sebagai informasi tambahan.

Penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Beberapa hal yang dapat dilakukan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan. Untuk menyelaraskan dengan fokus penelitian, reduksi data dilakukan dengan cara memilah dan menyederhanakan observasi dan wawancara. Untuk mempermudah pemahaman pola strategi kewirausahaan digital mahasiswa, data disajikan dalam bentuk tabel sederhana dan narasi deskriptif. Sepanjang proses penelitian, tahap pengambilan kesimpulan dilakukan secara berkala, sementara data yang dikumpulkan terus diperiksa.

Teknik triangulasi digunakan untuk memastikan validitas data dalam penelitian ini. Sugiyono (2020) mendefinisikan triangulasi sebagai metode verifikasi keakuratan data yang menggunakan sesuatu yang eksternal terhadap data untuk verifikasi. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan teknis. Lebih lanjut, para peneliti melakukan pengecekan anggota, yang melibatkan meminta informan untuk mengkonfirmasi bahwa hasil penelitian sesuai dengan pengalaman dan realitas mereka sendiri.

Dengan menggunakan metode penelitian ini, tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi kewirausahaan digital yang diterapkan oleh mahasiswa Sistem Informasi di Universitas Pamulang melalui e-commerce. Lebih jauh lagi, hal ini akan berkontribusi pada aspek akademis dan praktis pengembangan kewirausahaan digital di lingkungan universitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 23 mahasiswa kelas pagi Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang yang telah menjalankan atau sedang merintis usaha berbasis e-commerce. Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, diperoleh gambaran umum mengenai strategi kewirausahaan digital yang diterapkan oleh mahasiswa dalam memanfaatkan platform e-commerce sebagai media usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh informan telah memanfaatkan platform digital dalam aktivitas kewirausahaan mereka, baik melalui marketplace seperti Shopee dan Tokopedia, media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business, maupun kombinasi keduanya. Pemilihan platform didasarkan pada kemudahan penggunaan, jangkauan pasar

yang luas, serta kesesuaian dengan jenis produk yang dijual, seperti produk fashion, kuliner rumahan, jasa digital, dan produk kreatif.

Dari aspek strategi pemasaran digital, mayoritas mahasiswa memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi utama. Strategi yang diterapkan meliputi pembuatan konten visual yang menarik, penggunaan caption persuasif, pemanfaatan fitur promosi seperti story dan live, serta pemberian diskon atau promo khusus. Sebagian mahasiswa juga mulai menerapkan strategi branding digital, seperti penggunaan logo, nama toko yang konsisten, dan tampilan feed yang rapi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Dalam hal pengelolaan usaha, mahasiswa menunjukkan kemampuan adaptasi yang cukup baik terhadap teknologi. Latar belakang pendidikan Sistem Informasi membantu mahasiswa dalam memahami penggunaan aplikasi digital, manajemen data pelanggan, serta pemantauan transaksi secara daring. Namun demikian, hasil penelitian juga mengungkap adanya kendala yang dihadapi mahasiswa, seperti keterbatasan modal, manajemen waktu antara kuliah dan usaha, serta persaingan yang ketat di platform e-commerce.

Selain itu, hasil wawancara menunjukkan bahwa motivasi utama mahasiswa dalam berwirausaha digital adalah keinginan untuk menambah penghasilan, mengasah keterampilan kewirausahaan, serta mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja setelah lulus. Kegiatan kewirausahaan digital juga dipandang sebagai sarana pembelajaran praktis yang melengkapi teori yang diperoleh di bangku perkuliahan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Sistem Informasi Universitas Pamulang kelas pagi telah mampu mengembangkan strategi kewirausahaan digital yang relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar. Pemanfaatan e-commerce sebagai media usaha sejalan dengan pandangan Turban et al. yang menyatakan bahwa e-commerce memberikan peluang usaha dengan hambatan masuk yang relatif rendah dan jangkauan pasar yang luas. Hal ini terlihat dari kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan platform digital tanpa memerlukan modal besar.

Strategi pemasaran digital yang diterapkan mahasiswa juga mencerminkan konsep pemasaran modern sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Keller, di mana pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga pada penciptaan nilai dan hubungan dengan konsumen. Penggunaan konten kreatif dan interaksi langsung dengan pelanggan menunjukkan adanya upaya membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Dari sisi kewirausahaan, hasil penelitian ini mendukung pandangan bahwa pendidikan berbasis teknologi dapat memperkuat kemampuan kewirausahaan digital mahasiswa. Latar belakang keilmuan Sistem Informasi berperan penting dalam membantu mahasiswa memahami sistem e-commerce, analisis pasar digital, serta pengelolaan usaha berbasis teknologi. Hal ini sejalan dengan pendekatan kewirausahaan digital yang menekankan integrasi antara inovasi, teknologi, dan peluang bisnis.

Namun demikian, kendala yang dihadapi mahasiswa menunjukkan bahwa keberhasilan kewirausahaan digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan manajerial dan pengelolaan waktu. Persaingan yang tinggi di platform e-commerce menuntut mahasiswa untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari perguruan tinggi dalam bentuk pelatihan kewirausahaan digital, pendampingan usaha, dan integrasi praktik kewirausahaan dalam kurikulum.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa Sistem Informasi Universitas Pamulang kelas pagi memiliki potensi besar sebagai wirausaha digital. Strategi kewirausahaan digital yang mereka terapkan melalui pemanfaatan e-commerce tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga menjadi sarana pengembangan kompetensi dan kesiapan menghadapi tantangan ekonomi digital di masa depan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai strategi kewirausahaan digital mahasiswa Sistem Informasi Universitas Pamulang dalam pemanfaatan e-commerce, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa kelas pagi yang berjumlah 23 orang telah menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap perkembangan teknologi digital dalam kegiatan kewirausahaan. Seluruh mahasiswa telah memanfaatkan platform e-commerce dan media digital sebagai sarana utama dalam menjalankan usaha, baik dalam bentuk marketplace, media sosial, maupun kombinasi keduanya. Pemanfaatan teknologi tersebut memungkinkan mahasiswa untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan modal yang relatif terbatas.

Strategi kewirausahaan digital yang diterapkan mahasiswa meliputi pemilihan platform yang sesuai dengan karakteristik produk, penerapan pemasaran digital melalui konten kreatif, serta pengelolaan usaha secara daring. Latar belakang pendidikan Sistem Informasi berperan penting dalam mendukung kemampuan mahasiswa dalam mengelola teknologi, sistem transaksi, dan data pelanggan. Selain itu, motivasi mahasiswa dalam berwirausaha tidak hanya berorientasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada pengembangan keterampilan, pengalaman praktis, serta persiapan menghadapi dunia kerja di era ekonomi digital.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan sejumlah kendala yang dihadapi mahasiswa, seperti keterbatasan modal usaha, manajemen waktu antara kegiatan akademik dan usaha, serta tingginya tingkat persaingan di platform e-commerce. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan kewirausahaan digital tidak hanya ditentukan oleh penguasaan teknologi, tetapi juga memerlukan kemampuan manajerial, kreativitas, dan ketekunan dalam menghadapi dinamika pasar digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- David, F. R. (2017). *Strategic management: Concepts and cases* (16th ed.). Pearson Education.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Routledge.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Kurniawan, A., & Pratama, R. (2022). Peran latar belakang sistem informasi terhadap kesiapan kewirausahaan digital mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 145–156.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce: Business, technology, society* (16th ed.). Pearson Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>.
- O'Brien, J. A., & Marakas, G. M. (2016). *Management information systems* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Rachmawati, Y., & Nugroho, A. (2021). Tantangan kewirausahaan digital pada mahasiswa di era ekonomi digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 55–66.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic commerce: A managerial and social networks perspective* (8th ed.). Springer.