PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP MINAT PEREMPUAN BERWIRAUSAHA BISNIS ONLINE DITENGAH PANDEMI COVID-19 KOTA PEKANBARU

Sufnirayanti[1], Jahrizaldan[2], dan Any Widayatsari[3]

Program Studi Magister Ilmu Ekonomi Pasca Sarjana Universitas Riau Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

ABSTRACT

The main purpose of this research is to analyze the effect of E-commerce on the interest of women in online business entrepreneurship amid the Covid-19 pandemic in Pekanbaru City. The location of the research was done purposively, namely in Pekanbaru City, Riau Province. Data analysis in this study used quantitative descriptive methods. The population in this study were all MSME Entrepreneurs in 2019, namely 4,112 people. In determining the sample size, the formula: Slovin and obtained 98 respondents. Based on the research that has been done, the results of simple regression analysis with the results are Y = 20,433 + 1,062 X, the value of a is 20,433, this value shows that when the E-commerce variable (variable X) is zero, then the interest in entrepreneurship through online business (variable Y) of 20,433. While the value of b is 1.062, meaning that when there is an increase in the value of the e-commerce variable (variable X) by 1 (one) unit, the interest in entrepreneurship (variable Y) will increase by 1.062 units. The coefficient of determination (R Square) is 0.698 or 69.8%. So it can be concluded that the e-commerce variable contributed to changes in women's interest in entrepreneurship through online businesses during the Covid-19 pandemic by 69.8%. while the remaining 30.2% (100% -69.8%) was influenced by other factors not examined in this study. The t-count value was 14.904. While the critical value according to the table with a significance level of 5% using the t table formula (α / 2; n - k) k = 2 and n = 98 - 2 = 96 is 1.98498, because tcount> t table, Ho is rejected. This means that there is an influence by the E-commerce variable on the customer satisfaction variable. With the meaning of the word Hypothesis (Ha) is accepted.

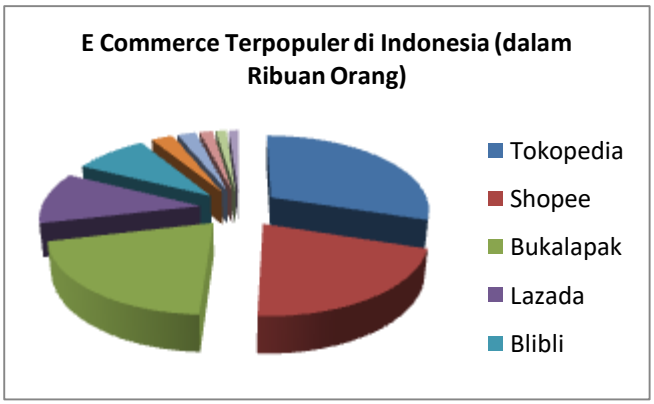
Keywords: *E-commerce, Interest in Entrepreneurship, Online Busines*

LATAR BELAKANG PENELITIAN

Perkembangan *e-commerce* tidak terlepas dari laju pertumbuhan internet, karena *e-commerce* berjalan melalui jaringan dan koneksi internet. Pertumbuhan pengguna internet yang sedemikian pesatnya membuat internet menjadi salah satu media yang efektif bagi perusahaan maupun perseorangan untuk memperkenalkan dan menjual barang atau jasa kepada konsumen dari seluruh dunia. Sebagai perdagangan yang berbasis teknologi canggih, *e-commerce* telah mereformasi perdagangan konvensional di mana interaksi antara konsumen dan perusahaan dilakukan secara langsung menjadi interaksi yang tidak langsung

Bisnis *online* sebenarnya sudah mampu menarik banyak konsumen di Indonesia bahkan sebelum terjadinya wabah *covid 19*. *E-commerce* juga merupakan salah satu pendorong utama yang menjadikan Indonesia sebagai Negara dengan nilai ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara mencapai $40 miliar pada tahun 2019 dan diprediksi meningkat hingga $130 miliar pada tahun 2025. Dengan semakin banyaknya toko retail dan konsumen yang terpaksa beralih ke *e-commerce*, artinya akan banyak yang menekuni bisnis *online* ini dan pertumbuhannya dapat ditingkatkan lebih jauh.

E-Commerce Terpopuler di Indonesia (dalam Ribuan Orang) dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 1. *E-Commerce* Terpopuler di Indonesia

Sebelum pandemic *covid 19*, *E-commerce* hanyalah sebuah pilihan. Namun untuk sekarang penting sekali bagi toko retail dan produsen untuk menjual produk melalui platform *e- commerce* agar mampu mempertahankan bisnis mereka. Hal ini akan memberikan dampak jangka panjang yang positif karena konsumen akan semakin terbiasa berbelanja secara *online* (https://ekonomi.bisnis.com).

Dengan adanya kebijakan pemerintah tentang Penerapan PSBB setidaknya memberikan dampak yang signifikan bagi kegiatan masyarakat di Kota Pekanbaru, Masyarakat lebih memilih untuk melaksanakan aktivitas di rumah. PSBB terus berjalan, namun kebutuhan hidup selama masa PSBB juga harus selalut erpenuhi. Oleh karena itu, banyak masyarakat yang akhirnya menggunakan *E-commerce* untuk berbelanja berbagai kebutuhan. Penggunaan *E-commerce* juga sekaligus melaksanakan himbauan pemerintah agar membatasi penggunaan uang tunai atau kertas dan beralih kelayanan digital.

KAJIAN PUSTAKA

E-commerce merupakan proses membeli, menjual, atau memperdagangkan data, barang, atau jasa melalui internet (Turban et al., 2015: 7). E-commerce didefinisikan sebagai transaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan tekonologi digital antara individu (Laudon dan Traver, 2017: 8-9)**.** Menurut Dian Wirdasari (2009; 11-12) bahwa dimensi dan indikator dari *e-commerce*terdiri dari 3 yaitu :

1. Processes dimanadalamterdapatbeberapaindikator yang mencakupdari proses inidiantaranya marketing, sales, dan payment.
2. Institution yang terdiridarigovernmentsdan bank.
3. Internet (hubunganantaraprodusendanpelanggan)

Menurut Zimmerer dalam Kasmir (2007;17) bahwa wirausaha adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan(usaha). Istilah wirausaha sebenarnya melekat pada diri seseorang dan biasanya sudah merupakan kesatuan yang dikenal istilah berjiwa wirausaha. Seorang wirausahawan (entrepreneur)

adalah seseorang yang bisa menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dalam kondisi ketidakpastian untuk mencapai keuntungan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber daya itu bisa di kapitalisasikan secra maksimal

Dimensi dan indikator untuk mengukur minat wirausaha menurut Bhandari (dalam Aflit Nuryulia Praswati 2014:135-136), adalah sebagai berikut :

1. Harga diri, memiliki beberapa indikator yaitu:
   a. Lebih dihargai jika memiliki usaha sendiri.
   b. Lebih percaya diri jika punya usaha sendiri .
   c. Lebih nyaman berbicara dengan orang lain jika memiliki usaha yang bisa dibanggakan.
2. Tantangan pribadi, diukur dengan indikator sebagai berikut:
   a. Ingin mencoba hal-hal baru.
   b. Menyukai sesuatu hal yang membuat lebih maju.
   c. Melakukan sesuatu hal yang bisa dilakukan orang lain.
3. Keinginan menjadi bos, indikator-indikatornya adalah sebagai berikut:
   a. Keinginan mempunyai usaha sendiri.
   b. Keinginan bebas mengelola usaha sendiri.
   c. Keinginan bisa mengembangkan usaha sendiri.
4. Inovasi, memiliki indikator-indikator yaitu :
   a. Senang hal-hal yang bersifat kreatif.
   b. Keinginan membuat sesuatu yang berbeda dari yang lain.
   c. Senang melakukan percobaan.
5. Kepemimpinan, indikatornya adalah:
   a. Senang berbicara dengan orang banyak.
   b. Ingin menjadi ketua dalam suatu tim.
   c. Keinginan lebih menonjol dari orang lain.
6. Fleksibilitas, memiliki beberapa indikator yaitu:
   a. Tidak suka terikat akan sesuatu.
   b. Tidak menyukai hal-hal yang bersifat teratur.
   c. Senang dengan pekerjaan yang waktunya tidak mengikat.
7. Keuntungan, indikatornya adalah:
   a. Keinginan bebas menjalankan keuangan usaha sendiri.
   b. Keinginan merasakan kekayaan atas usaha sendiri.
   c. Keinginan mengembangkan usaha sendiri.

Pengaruh *E-commerce*Terhadap Minat Perempuan Berwirausaha pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Pekanbaru

Pemanfaatan *E-commerce* terhadap minat perempuan berwirausaha pada masa Pandemi covid-19, hal ini merupakan kejadian luar biasa, dimana setiap kegiatan diwajibkan mengunakan protokol kesehatan sehingga pekerjaan yang biasa dilakukan, menjadi masalah bagi kesehatan. Banyaknya PHK akibat Covid 19 dikarenakan Kebijakan Pemerintah dalam melakukan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PSBM (Pembatasan Sosial Bersekala menengah). Dengan demikian kegiatan seluruh masyarakat terhenti dan bertumpu pada Transaksi dan bekerja secara On-line. *E-commerce* sebagai media yang memungkinkan setiap orang untuk dapat berwirausaha meskipun tidak memiliki produk sendiri. Diharapkan dengan terdapatnya *e-commerce* dapat menjadi salah satu faktor atau stimulus yang dapat meningkatkan perilaku berwirausaha Perempuan. Kontraksi dan

perlambatan perekonomian salah satunya dari menurunnya volume transaksi beragam bisnis.

Terdapat beberapa jenis bisnis yang relatif bertahan dan mampu tumbuh dalam kondisi pandemic covid-19 seperti *bisnis online*, hal tersebut dinilai sejalan dengan upaya meraih keunggulan bersaing melalui inovasi produk dan orientasi dinamika kebutuhan dan keinginan pasar (Taufik Alwi, Esti Handayani, 2018). Dengan adanya pandemi ini, perempuan akan meningkatkan inovasi dan kreatifitas mereka untuk bekerja menambah penghasilan. Biasanya pekerjaan yang dipilih oleh perempuan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya adalah pekerjaan yang dapat dikerjakan di rumah atau dari rumah, agar kewajiban sebagai ibu rumah tangga tetap menjadi prioritas.

H_a: *E-commerce* berpengaruh terhadap Minat Perempuan Berwirausaha pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Pekanbaru

METODE PENELITIAN

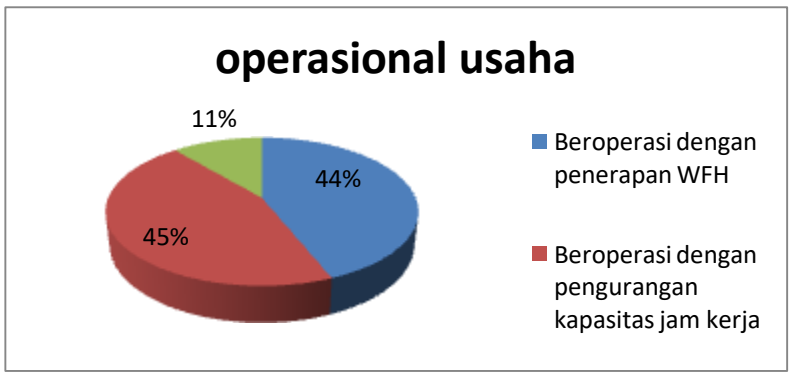
Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriftif kuantitatif. Metode deskriftif membandingkan antara kenyataan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada hubungan dengan permasalahan guna menarik suatu kesimpulan dan ditabulasikan dalam bentuk tabel-tabel distribusi frekuensi. Adapun pengisian kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2016:93), skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh Pengusaha UMKM pada Tahun 2019 yaitu sebanyak 4.112 orang.

Dalam menentukan jumlah sample digunakan rumus: Slovin dalam Husein Umar, (2008). Atas dasar rumus tersebut maka peneliti menetapkan jumlah sample sebanyak 98 orang. Kriteria yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Sampel orang yang menjalankan usaha melalui *e-commerce* (bisnis online)
2. Pelaku Usaha berjenis kelamin perempuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

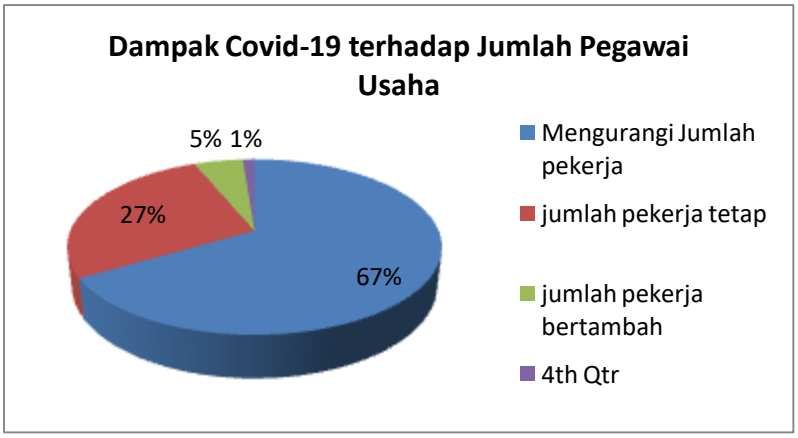
Untuk melihat dampak Pandemi Covid-19 terhadap operasional usaha yang dijalani, dapat dilihat dari gambar di bawah ini:



Sumber: Data Olahan, 2020

Gambar 2. Dampak Covid-19 Terhadap Operasional Usaha

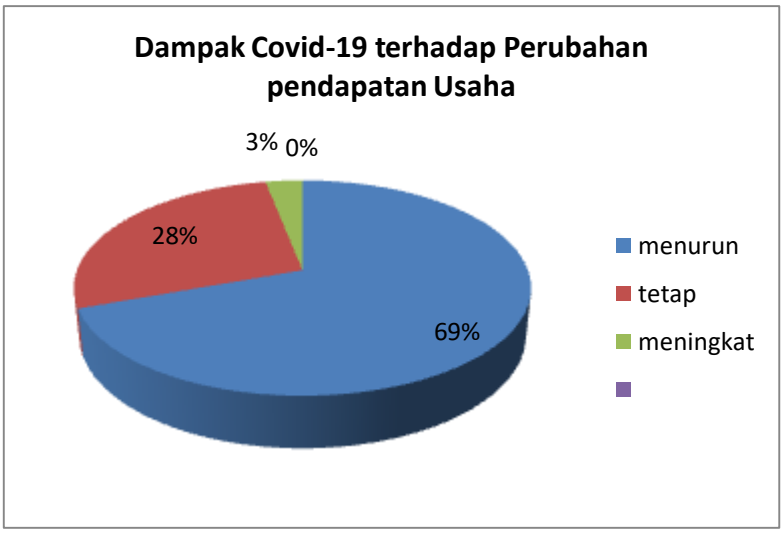
Selanjutnya, dampak Pandemi Covid-19 terhadap jumlah pegawai yang bekerja pada usaha yang dijalani dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data Olahan, 2020

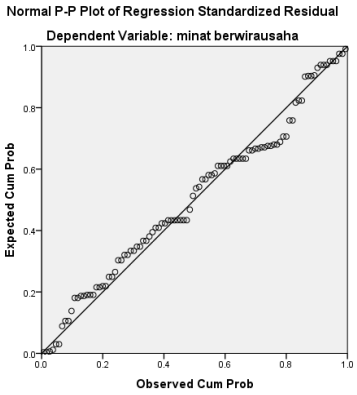
Gambar 3. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Jumlah Pegawai yang Bekerja

Selanjutnya, dampak Pandemi Covid-19 terhadap Perubahan Pendapatan usaha yang dijalani dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Data Olahan, 2020

Gambar 4. Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perubahan Pendapatan Jasa



Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Gambar 5. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan grafik Uji Normalitas di atas, dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Ini menunjukkan distribusi data bersifatnormal, sehingga asumsi untuk melakukan model regresi linier berganda dapat dilakukan.

Analisi Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi ditujukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen**.** Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh besarnya nilai koefisien regresi secara parsial dari masing-masing variabel independen yang diteliti. Hasil Analisis regresi berganda variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	20.433	4.501		4.539	.000
	ecommerce	1.062	.071	.836	14.904	.000
a. Dependent Variable: minat berwirausaha						

Sumber : Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan hasil output SPSS di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah **Y = 20,433 + 1,062 X**

Dari model di atas dapat diketahui bahwa nilai dari a adalah 20,433, nilai ini menunjukkan bahwa pada saat variabel *E-commerce*(variabel X) bernilai nol, maka Minat berwirausaha melalui bisnis online (variabel Y) sebesar 20,433. Sedangkan nilai dari b adalah 1,062, artinya bahwa ketika terjadi peningkatan nilai variabel *e-commerce*(variabel X) sebesar 1 (satu) satuan, maka minat berwirausaha (variabel Y) akan meningkat sebesar 1,062 satuan.

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar 14,904. Sedangkan nilai kritis menurut tabel dengan tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan rumus t tabel (α / 2; n – k) k= 2 dan n = 98 -2 =96 adalah1,98498, Karena

thitung>ttabel maka Ho ditolak. Artinya terdapat pengaruh oleh variabel *E-commerce*terhadap variabel minat berwirausaha melalui bisnis online. Dengan arti kata Hipotesis (Ha) diterima. Nilai t positif menunjukkan bahwa variable *e-commerce*empunyai hubungan yang searah dengan minat perempuan berwirausaha online pada masa Pandemi Covid-19 di Pekanbaru.

Koefisien Determinasi

Besarnya kontribusi variabel independen yaitu *E-commerce*(variabel X) terhadap variabel dependen yaitu Minat Perempuan Berwirausaha(variabel Y) dapat dihitung dengan mencari nilai koefisien determinasi. Dari hasil output SPSS diperoleh:

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836[a]	.698	.695	5.02537

Sumber: Data olahan, 2020.

Dari hasil tersebut didapatkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,698 atau 69,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* memberikan kontribusi terhadap perubahan-perubahan minat perempuan untuk berwirausaha melalui bisnis online di Masa pandemic Covid-19 sebesar 69,8%. sementara sisanya sebesar 30,2% (100%-69,8%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Simpulan

Dari uraian yang seperti penulis kemukan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan antara lain :

1. Hasil analisis regresi sederhana dengan hasil adalah **Y = 20,433 + 1,062 X,** nilai dari a adalah 20,433, nilai ini menunjukkan bahwa pada saat variabel *E-commerce*(variabel X) bernilai nol, maka Minat berwirausaha melalui bisnis online (variabel Y) sebesar 20,433. Sedangkan nilai dari b adalah 1,062, artinya bahwa ketika terjadi peningkatan nilai variabel *e-commerce*(variabel X) sebesar 1 (satu) satuan, maka minat berwirausaha (variabel Y) akan meningkat sebesar 1,062 satuan.
2. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,698 atau 69,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *e-commerce* memberikan kontribusi terhadap perubahan-perubahan minat perempuan untuk berwirausaha melalui bisnis online di Masa pandemic Covid-19 sebesar 69,8%. sementara sisanya sebesar 30,2% (100%-69,8%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. Nilai t hitung sebesar sebesar 14,904. Sedangkan nilai kritis menurut tabel dengan tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan rumus t tabel (α / 2; n – k) k= 2 dan n = 98 - 2 = 96 adalah 1,98498, Karena thitung > t tabel maka Ho ditolak. Artinya terdapat pengaruh oleh variabel *E-commerce*terhadap variabel Kepuasan pelanggan. Dengan arti kata Hipotesis (Ha) diterima.

Saran

1. Metode Transaksi Pembayaran secara On-line seharusnya juga diperhatikan oleh pemerintah, untuk melindungi Hak Konsumen melalui peraturan dan UU yang berlaku, agar setiap transaksi aman untuk dilaksanakan.
2. Dengan adanya Pandemi covid 19 ini diharapkan pemerintah fokus membangun jaringan Komunikasi (internet) yang baik agar dapat menunjang Kinerja wirausaha E-commerce . Karena dengan bertemu langsung dengan konsumen akan mempermudah penyebaran Virus covid-19.
3. Perempuan berwirausaha Online harusnya lebih didukung oleh semua pihak, agar dapat meningkatkan perekonomian daerah dan Nasional.
4. Untuk peneliti selanjutnya yang meneliti hal yang sama perlu disarankan agar dimasukan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi disiplin Minat Perempuan Berwirausahasehingga dapat membandingkan seberapa besar tingkat pengaruh dari vairiabel-variabel tersebut dan dapat diketahui variabel mana yang dominan atau terbesar yang mempengaruhi Minat Perempuan Berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

Ade Maman Suherman, 2002. *Aspek Hukum dalam Ekonomi.* Global, Jakarta,. Ghalia Indonesia.

Alma, Buchari.2013. *Kewirausahaan.* Bandung: Alfabeta.

Amri. 2020. *Dampak covid-19 terhadap umkm di indonesia*. Jurnal brand, Volume 2 No. 1, Juni 2020 https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand

Drucker, Peter, F. 2006. *Innovation and Entrepreneurship Practice* and. *Principles*. New York: Harper & Row Publishers

Jain, Monika, 2012, *Social Entrepreneurship – Using Business Methods to Solve Sosial Problems: The Case of Kotwara*, Decision, Vol.39, No.3, Desember 2012

Jony Wong. 2010.*Internet Marketing for Beginners*. PT Elex Media. Komputindo. Jakarta

Hisrich, Robert. D. 2008. *Enterpreneurship: emprendedores.* Jakarta: Salemba

Husein, Umar. 2008*.* Bisnis . Jakarta. PT Rajagrafindo Persada

Irawati dan Sudarsono. 2018. *Analisa Faktor-Faktor Yang Memotivasi Perempuan Berwirausaha Melalui Bisnis Online (Studi Kasus Pada Ibu Muda di Kecamatan Bangkalan).*Jurnal distribusi Vol. 6, No. 2 – September 2018

Kasmir. 2007. *Kewirausahaaan.* Jakarta: Raja Graffindo Persada.

Majda, L., 2015, *Tumbuh Pesatnya Bisnis Transportasi Online di Indonesia,*http://laila04majda. blogspot. co.id/2015/11/com.

McLeod Pearson. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba. Jakarta

Moehar Daniel, 2004. *Pengantar Ekonomi Pertanian,* PT. Bumi Aksara, Jakarta

Mckibbin, Warwick, and Roshen Fernando.2020 "*The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios* *." CAMA Working Paper No.19/2020

Nora Novita, 2013. *Analisis Pendapatan Usaha Tani Karet di Kabupaten* Kampar. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Riau, Pekanbaru.

Noruzi, M.R, Westover, J.H. dan Gholam,R.R, 2010, *An Exploration of Social Entrepreneurship in the Entrepreneurhip Er*a. Asian Social Science Vol.6, No.6; June 2010

Priyatno,Dwi.(2010).*Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS.* Yogyakarta: MediaKom.

Pratama Rahardja;Mandala Manurung. 2008. *Teori Ekonomi Makro*. Suatu Pengantar Edisi 4, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.

Romer, David. 1996, "*Advanced Macroeconomics*", International Edition, Singapore: McGraw-Hill inc.

Safitri. 2014. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Berwirausaha Melalui Bisnis Online (Studi Pada Mahasiswi Sekolah Bisnis di Bandung)*. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/

Saifan, S.A. 2012. *Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries*. Technology Innovation Management Review

Saragih, Rintan. 2013. *Berwirausaha Cerdas, Inspirasi bagi kaum muda*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Simanjuntak**,** Payaman, J. 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit FE UI.

Soeharno,.2009. *Teori Mikro Ekonomi*. ANDI, Yogyakarta

Sofie, Yusuf. 2002. *Pelaku Usaha Konsumen dan Tindak Pidana Korporasi*. Jakarta: Galia Ilmu

Suhartono, 2010. *Perniagaan online Syariah: suatu Kajian dalam prespektif Hukum perikatan Islam.* Jurnal Muqtasid (Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah)

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung:Alfabeta.

Sukirno Sadono. 2009. *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar* Edisi Ketiga, PT. Rajawali Pers, Jakarta.

Taufik. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Dan Eksistensi Platform Online*. Jurnal Pengembangan Wiraswasta Vol. 22 No. 01 – APR 2020 LP2M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Wawan D., Hendrati,D, M., Anggraeni,P.,Grisns,A.,Indriyani,A. 2013. *Inovasi dan Kewirausahaan*

W.A Urnomo. 2000. *Konsumen dan TransaksiE-commerce.* Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia

Varmaat, Shelly Cashman, 2007. *Discovering Computers: Menjelajah Dunia. Komputer Fundamental* Edisi 3. Jakarta: Salemba

Ying Liu, Albert A. Gayle, Annelies WilderSmith and Joacim Rocklöv, 2020. "*The reproductive number of COVID-19 is higher compared to SARS coronavirus*". Journal of Travel Medicine, 1-4, doi: 10.1093/jtm/taaa021

Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.

Sitorus,S, 1998. *Evaluasi Sumberdaya Lahan*, Tarsito : Bandung.

Situmeang, Rosinta Romauli. 2018. *Dampak bisnis online dan lapangan pekerjaanterhadap peningkatan pendapatan masyarakat (studi kasus jasa bisnis online transportasi grab di kota medan).* Ajie - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship (e-ISSN: 2477- 0574 ; p-ISSN: 2477-3824) Vol. 03, Issue. 03, September 2018

Wijaya, Lukman dan Yadewani. 2020. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Pemanfaatan E Learning*. Dimensi, vol. 9, NO. 2 : 307-322 JULI 2020 ISSN: 2085-9996

www.corona.help.com

www.bps.go.id

www.idea.or.id

https://ekonomi.bisnis.com/read/20200417/12/1228750/*e-commerce*-dorong-perekonomian-indonesia-selama-pandemi-covid-19-