

## EFEKTIVITAS PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM BISNIS BERBASIS *E-COMMERCE* TOKOPEDIA

Revi Wiranti<sup>1)</sup>, Rizky Eka Saputra<sup>2)</sup>, Adimas Faturahman Firdaus<sup>3)</sup>, Edi Firdaus<sup>4)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Komputer Indonesia

email : <sup>1</sup>[revi.21219021@mahasiswa.unikom.ac.id](mailto:revi.21219021@mahasiswa.unikom.ac.id) <sup>2</sup>[rizky.21219002@mahasiswa.unikom.ac.id](mailto:rizky.21219002@mahasiswa.unikom.ac.id)

<sup>3</sup>[adimas.21219039@mahasiswa.unikom.ac.id](mailto:adimas.21219039@mahasiswa.unikom.ac.id) <sup>4</sup>[edi.firdaus@email.unikom.ac.id](mailto:edi.firdaus@email.unikom.ac.id)

**Abstrak :** Teknologi informasi dapat diartikan sebagai gabungan dari *software* dan *hardware* yang dapat mengolah dan menyimpan informasi. Salah satu bentuknya adalah *E-commerce* Tokopedia yang dapat digunakan sebagai media elektronik untuk jual beli produk secara online. Oleh karena itu, tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas dari adanya pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis yang berbasis *E-commerce* Tokopedia. Untuk mendukung penelitian, kami menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu berupa studi literatur (*library research*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis berbasis *E-Commerce* Tokopedia telah efektif. Pemanfaatannya telah efektif karena *E-Commerce* Tokopedia memenuhi 3 indikator efektivitas yaitu pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi. Oleh karena itu, adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan para mahasiswa yang sedang melaksanakan penelitian ilmiah.

**Kata kunci :** *Teknologi Informasi, Bisnis, E-commerce.*

**ABSTRACT :** Information technology can be defined as a combination of software and hardware that can process and store information. One example of E-commerce is Tokopedia which can be used as an electronic place for buying and selling products online. Therefore, the purpose of conducting this research is to determine the effectiveness of the use of information technology in Tokopedia E-commerce on businesses. To support research, we use qualitative methods with data collection techniques called literature studies (*library research*). The results of this study indicate that the use of information technology using Tokopedia E-Commerce on business has been effective. Its utilization has been effective because Tokopedia E-Commerce fulfills 3 indicators of effectiveness, namely goal attainment, integration, and adaptation. Therefore, this research is expected to be a reference for future researchers and students who carry out scientific research.

**Keywords :** *Information Technology, Business, E-commerce.*

### Pendahuluan

Pada saat ini dengan perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat, tentu memudahkan kita dalam melakukan kegiatan atau aktivitas sehari-hari. Tidak terkecuali kegiatan berbelanja, dengan adanya *E-commerce* seperti Tokopedia dapat memudahkan kita melakukan kegiatan berbelanja cukup hanya di rumah saja. *E-commerce* adalah penggunaan komputer dan jaringan komunikasi dengan tujuan melakukan proses bisnis (Ghaisani & Purbawati dalam Wijaya dkk., 2022). Salah satu model *marketplace E-commerce* yang paling diminati oleh pelanggan internet adalah Tokopedia, hal itu dikarenakan Tokopedia sendiri mempunyai sistem keamanan tambahan dalam setiap transaksinya (Wijaya dkk., 2022). Menurut data yang didapat dari Similarweb Kuartal I (Q1) pada Maret tahun 2021 kunjungan bulanan pada *E-commerce* Tokopedia mencapai 126,4 juta (Wijaya dkk., 2022). Data tersebut menunjukkan bahwa Tokopedia adalah salah satu teknologi informasi bisnis (*E-commerce*) terbesar di Indonesia pada saat ini. Tentunya dengan besarnya angka pengguna internet yang menggunakan Tokopedia harus dimanfaatkan sebaik mungkin dalam melakukan bisnis di *platform* tersebut.

Dengan hadirnya internet banyak kegiatan yang dialihkan secara *online*, hal itu bertujuan untuk meningkatkan performa bisnis yang dijalankannya. Maka dari itu, dengan penggabungan antara bisnis dan teknologi informasi ini menjadi wadah baru bagi para pelaku usaha untuk memanfaatkan hal tersebut, dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis yang berbasis *E-commerce*. Teknologi informasi di Indonesia, khususnya berbasis bisnis *E-commerce* cukup banyak dijumpai dengan perkembangannya yang cukup pesat. Dalam hal ini yaitu *E-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak dll. Menurut (Siregar & Nasution., 2020) mengemukakan bahwa teknologi informasi yaitu sebuah teknologi yang mempunyai pengaruh besar dalam semua aspek kehidupan pada saat ini, hal tersebut dikarenakan teknologi informasi sudah menjadi kebutuhan untuk memudahkan suatu pekerjaan untuk manusia. Selain memudahkan, teknologi informasi juga menawarkan kualitas yang baik sehingga menjadi nilai tambah dan baik di mata masyarakat. Di Indonesia sendiri, tercatat pada tahun 2020 Indonesia menduduki peringkat ke-4 sebagai negara dengan penggunaan internet terbanyak, yaitu sebesar 64% pengguna internet dari total populasi yang ada (Stefanny & Tiara., 2021).

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui efektivitas pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis berbasis *E-commerce* Tokopedia. Dengan menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu berupa studi literatur (*library research*).

## **Kajian literatur**

### **Efektivitas**

Menurut Bungkaes (dalam Husri dkk., 2021) mengemukakan bahwa Efektivitas yakni hubungan dari output serta tujuan, dengan arti efektivitas yakni seberapa jauh ukuran dari tingkat output, prosedur dan kebijakan dari organisasi sehingga dapat tercapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan menurut Chung & Meggison (dalam Pangalo, 2022) mengemukakan bahwa efektivitas yakni kesanggupan atau tingkatan yang dapat dicapai dari tujuan yang telah ditentukan dan kecakapan dalam menyesuaikan diri pada lingkungan agar suatu perusahaan atau organisasi dapat tetap bertahan atau *survive*.

Untuk mengukur sesuatu telah efektivitas dapat ditentukan menggunakan pengukuran efektivitas yang telah dijelaskan oleh Duncan (dalam Mokoginta, 2021) yakni ukuran efektivitas yang dilakukan pada pengukuran efektivitas program, mencakup pada 3 aspek diantaranya yakni:

1. Pencapaian tujuan, yakni seluruh upaya guna mengetahui capaian dari tujuan yang dapat dilihat dari sebuah proses. Maka dari itu, agar tujuan akhir dari pencapaian dapat semakin terjamin, dibutuhkan pentahapan, baik dari pentahapan dalam pencapaian perbagiannya atau pentahapan dalam pengklasifikasiannya. Pencapaian tujuan memiliki tiga indikator, yakni penentuan waktu dari pencapaian, sasaran pencapaian sebagai target konkrit serta dasar hukum.
2. Integrasi, yakni proses pengukuran pada tingkat kemampuan sebuah organisasi guna menjalankan aktifitas yang telah disepakati pada program kerja dan melaksanakan kegiatan sosialisasi terhadap pihak lain. Integrasi memiliki dua indikator, yakni prosedur dan proses sosialisasi.
3. Adaptasi, yakni kemampuan dari suatu organisasi guna beradaptasi dengan lingkungannya. Adaptasi memiliki dua indikator, yakni pengembangan kemampuan dan sarana prasarana.

## **Teknologi Informasi Bisnis**

Menurut Martin (dalam Rachmadi, 2020) mengemukakan bahwa teknologi informasi yakni suatu teknologi yang tidak hanya perangkat lunak dan perangkat keras (teknologi komputer) yang nantinya dapat dimanfaatkan untuk menyimpan dan melakukan pemrosesan suatu informasi, melainkan termasuk teknologi komunikasi guna mengirimkan atau menyebarkan suatu informasi. Sedangkan menurut Rachmadi (2020) teknologi informasi yakni sebuah teknologi yang memiliki manfaat guna mengolah suatu data, memperoleh, memproses, menyimpan, menyusun, mengubah suatu data dengan bermacam-macam cara agar memperoleh suatu informasi yang dapat berguna dan berkualitas.

Menurut Rachmadi (2020) mengemukakan bahwa Pemanfaatan teknologi dalam bisnis sangatlah terlihat dari para pelaku usaha yang menjalankan usahanya mulai dari menjual produknya secara online. Saat ini pelaku usaha tidak perlu menyewa tempat usaha atau toko untuk membangun sebuah usaha dan tidak perlu membuka cabang. Dengan perkembangan teknologi saat ini pelaku usaha dapat membuka usaha dari rumah hanya bermodalkan gadget dan jaringan internet. Hal ini membuat biaya operasional yang dikeluarkan menjadi lebih sedikit dibandingkan melakukan usaha secara konvensional. Ditambah lagi saat ini banyak sekali platform marketplace *E-commerce* seperti tokopedia, shopee, bukalapak, lazada dan sebagainya yang memiliki berbagai manfaat yang sangat menguntungkan bagi pembeli maupun penjual. *E-commerce* dapat memudahkan konsumen untuk berbelanja secara online dengan sangat fleksibel, pembayaran dilaksanakan dengan menggunakan sistem yang aman. Selain itu, kepercayaan konsumen pada situs toko online merupakan faktor yang sangatlah penting. (J.Oláh dalam Hayati, 2020).

### ***E-commerce***

Menurut Wigand (dalam Juwito dan Zuhri, 2020) mengemukakan bahwa *E-commerce* yakni sebuah teknologi komunikasi dan aplikasi informasi yang beroperasi dengan elektronik yang dirancang guna mencapai tujuan dari suatu bisnis. Beberapa proses tersebut kemungkinan hanya sebagian atau lengkap dan melingkupi transaksi antar perusahaan (B2B), atau antar perusahaan dengan konsumen (B2C). Sedangkan menurut Rosyad, (2018) mengemukakan bahwa *E-commerce* yakni sebuah tempat baru yang berfungsi untuk membangkitkan suatu bisnis yang dalam pelaksanaannya mengutamakan keefektifitasan. *E-commerce* melakukan suatu kegiatan transaksi bisnis dengan jaringan elektronik dengan beberapa perbaikan pada kinerja bisnis konvensional.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan teknik pengumpulan data berupa studi literatur (*library research*). Menurut Hamilton, A. B., & Finley, E. P. (2019) Penelitian yang menggunakan metode kualitatif biasanya mengumpulkan data dengan observasi, wawancara dan etnografi serta hasil temuannya tidak bergantung pada perhitungan analisis statistik. Metode kualitatif berisi penjelasan terkait apa dan mengapa suatu fenomena dapat terjadi serta berorientasi pada pemecahan masalah.

Menurut Batubara, B. M. (2021) Studi literatur merupakan pengumpulan data terkait objek penelitian yang dilakukan dengan mengkaji serta memperdalam kepustakaan buku, laporan dan jurnal ilmiah. Penelitian ini dilakukan dengan menentukan objek penelitian, menentukan teori yang dijadikan acuan dan mengumpulkan informasi yang bersumber dari studi literatur. Sehingga teknik pengumpulan

data dalam penelitian ini adalah studi literatur dimana pembahasannya diangkat dari hasil literatur artikel atau jurnal penelitian yang telah di *publish* secara resmi untuk melihat kebaruan yang dilakukan peneliti.

### **Hasil Dan Pembahasan**

Pada penelitian ini, dilakukan pengukuran terkait sejauh mana tingkat efektivitas pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis berbasis *E-commerce* Tokopedia. Menurut Chong, D., & Ali, H. (2022) *E-commerce* merupakan platform teknologi informasi dalam bisnis yang memanfaatkan elektronik untuk menghubungkan masyarakat, konsumen, produsen dan perusahaan dalam melakukan transaksi secara elektronik. Salah satu bentuk *E-commerce* adalah *marketplace* seperti Tokopedia yang saat ini perkembangannya begitu pesat.

Sedangkan efektivitas menurut Manoe dkk., (2023) yakni sebagai apakah suatu pekerjaan yang dilaksanakan, sampai dimana seseorang dapat memperoleh output yang sesuai dengan harapan. Artinya, jika sebuah pekerjaan dapat dikerjakan sesuai dengan apa yang telah direncanakan, baik itu berupa waktu, biaya, atau pun kualitasnya, maka hal ini dapat dikatakan sebagai efektif.

Berikut merupakan pengukuran milik Duncan (dalam Mokoginta, 2021) pada pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis berbasis *E-commerce* Tokopedia untuk melihat tingkat keefektifitasannya :

#### 1. Pencapaian Tujuan

Pengukuran efektivitas dalam penggunaan *E-commerce* dapat ditentukan dari tercapainya ketiga indikator dari pencapaian tujuan yakni penentuan waktu untuk mencapai pencapaian, sasaran atas pencapaian dan dasar hukum. Menurut Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016) Tokopedia memiliki target waktu untuk mencapai kesuksesan dalam mempromosikan produk bagi setiap pelaku usaha dan dengan adanya kemudahan dalam penggunaan *E-commerce* Tokopedia tidak menyita banyak waktu, maka pelaku usaha dapat mempromosikan produk-produknya dengan tepat waktu. Di sisi lain, konsumen mendapatkan barang yang mereka beli pada waktu yang telah diperkirakan oleh sistem di *E-commerce* Tokopedia (paket tiba tepat waktu). Selain itu, saat pelaku usaha menerima dana dari konsumen atas barang yang berhasil dijual, proses penarikan dana tidak memakan waktu dan praktis.

Menurut Wulandari, A., & US, K. A. (2021) Pada tahun 2020 *E-commerce* Tokopedia dikunjungi oleh 86,1 juta konsumen dan pada awal tahun 2021, *E-commerce* Tokopedia melakukan suatu pencapaian yaitu berhasil merebut posisi Shopee sebagai *E-commerce* pertama di Indonesia yang banyak dikunjungi dengan *traffic share* pada bulan Januari sebesar 32,04%. Wulandari, A., & US, K. A. (2021) Menemukan bahwa jumlah kunjungan bulanan dari *E-commerce* Tokopedia adalah 129,1 juta dengan ukuran kunjungan melalui mobile 62,7% dan desktop 37,3%. Rata-rata durasi kunjungannya yaitu 6 menit 37 detik. Salah satu sasaran untuk dicapai *E-commerce* Tokopedia adalah mempromosikan usahanya agar konsumen membeli produk yang dijual, sehingga target penjualan dan pendapatan terpenuhi. Menurut survey yang dilakukan oleh Wulandari, A., & US, K. A. (2021) *E-commerce* Tokopedia sendiri lebih digemari oleh kaum laki-laki karena tampilan harga dan variasinya yang jelas dan sesuai keadaan produk yang sebenarnya. Dapat dilihat bahwa *E-commerce* Tokopedia berhasil mendapatkan kepercayaan konsumen. Jika pelaku usaha memiliki sasaran pasar laki-laki, maka Tokopedia merupakan *E-commerce* yang paling tepat untuk digunakan. Secara umum, pencapaian

sasaran *E-commerce* Tokopedia adalah pelaku usaha mendapatkan keuntungan sesuai atau lebih besar dari target yang telah ditetapkan, maka *E-commerce* ini telah mencapainya dengan dukungan fitur-fitur yang menarik konsumen yaitu sistem COD, gratis ongkir, diskon menarik, harga yang terjangkau dan game yang menghasilkan koin maupun *voucher* yang dapat digunakan oleh konsumen.

Menurut Fathur, M. (2020) *E-commerce* Tokopedia cukup aman dalam bidang privasi data konsumen, bahkan jika ada konsumen yang data pribadinya tidak aman, dapat menuntut dengan dasar hukum berupa Pasal 15 ayat (1) dan (2) selama Tokopedia tidak dapat membuktikan adanya adanya kelalaian atau paksaan dari konsumen. Dalam sisi penjualan produk, *E-commerce* Tokopedia memberikan opsi tukar barang atau uang kembali jika barang yang diterima konsumen tidak sesuai spesifikasi yang ada di platform *E-commerce* Tokopedia selama konsumen harus memiliki bukti video unboxing dan sudah mengembalikan barang yang dibelinya.

Maka dari itu, menurut pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa ketiga indikator dari pencapaian tujuan yakni penentuan waktu untuk mencapai pencapaian, sasaran atas pencapaian dan dasar hukum dapat dipenuhi dengan baik. Hal itu memberikan kesimpulan lebih jauh yaitu pada salah satu pengukuran keefektivitasan untuk melihat efektivitas pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis berbasis *E-commerce* Tokopedia terpenuhi. Dengan kata lain, *E-commerce* efektif untuk digunakan dalam suatu usaha.

## 2. Integrasi

Pengukuran efektivitas dalam penggunaan *E-commerce* dapat ditentukan dari tercapainya kedua indikator dari integrasi yakni prosedur dan proses sosialisasi. Di *E-commerce* Tokopedia sendiri memiliki Sistem pada prosedur kerja yang diterapkan pada Tokopedia menitikberatkan pada budaya bekerja ibaratnya seperti peta, Nilai atau DNA pada organisasi ibaratnya seperti kompas selanjutnya misi dan visi pada perusahaan seperti tujuan (William Tanuwijaya dalam Ambiapuri & Hafid, 2022). Dimana misi dan visi pada perusahaan Tokopedia yakni mendorong perekonomian secara merata dengan memanfaatkan proses digital agar dapat memberikan peluang yang sama terhadap para pelaku usaha dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di seluruh daerah yang ada Indonesia dengan adanya teknologi (Ambiapuri & Hafid, 2022). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa E-commerce Tokopedia memenuhi indikator prosedur di dalam penelitian ini.

Sedangkan pada proses sosialisasi dijelaskan melalui proses menyebarkan informasi pada tokopedia yakni dilakukan melalui sosial media seperti Instagram, dengan memanfaatkan fasilitas live, IGTV, dan story dan Tokopedia aktif juga pada Twitter, dengan men *tweet* status yang unik dan lucu oleh "Minto" selaku admin dari sosial media tersebut. Hal itu bermaksud untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat agar dapat selalu dekat dengan masyarakat (Sasmita, 2021). Selain itu Tokopedia juga membantu masyarakat dalam melakukan proses penjualan, dimana pada Tokopedia ini memungkinkan setiap masyarakat untuk menciptakan dan mengembangkan toko online-nya sendiri dengan mudah dan gratis, dan calon pembeli dapat merasakan pengalaman yang lebih nyaman dan aman pada saat melakukan belanja online. Hal itu dapat dibuktikan dengan adanya jutaan merchant yang berhasil peluangnya dapat tercipta dengan adanya Tokopedia (Ambiapuri & Hafid, 2022). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa E-commerce Tokopedia memenuhi indikator proses sosialisasi di dalam penelitian ini.

Maka dari itu, menurut pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa kedua indikator dari integrasi yakni prosedur dan proses sosialisasi dapat dipenuhi dengan baik. Hal itu memberikan kesimpulan lebih jauh yaitu pada salah satu pengukuran keefektivitasan untuk melihat efektivitas

pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis berbasis *E-commerce* Tokopedia terpenuhi. Dengan kata lain, *E-commerce* efektif untuk digunakan dalam suatu usaha.

### 3. Adaptasi

Pengukuran efektivitas dalam penggunaan *E-commerce* bisa diukur dengan terlaksana atau tercapainya dua indikator yaitu sarana prasarana dan pengembangan kemampuan. Indikator sarana prasarana sendiri diukur berdasarkan kemudahan konsumen dan kualitas servis yang ditawarkan oleh Tokopedia. Sedangkan untuk pengembangan kemampuan itu dapat dilihat dari kualitas informasi dan keamanan transaksinya.

Di *E-commerce* Tokopedia sendiri memiliki sarana prasarana yang memadai seperti mudah dalam memesan suatu produk, mudah untuk melakukan pembayaran, mudah untuk memilih pengiriman dan dapat dengan mudah dipelajari semua orang (diadaptasi) (Giovani & Berlianto., 2022). Selain itu, Tokopedia juga mudah diakses serta memberikan sarana prasarana untuk bisa melindungi data transaksi dan keuangan. Maka dari itu, seiring dengan mudahnya transaksi dan penggunaan yang dilaksanakan akan meningkatkan pembelian secara *online* (Ramadhani & Prastiwi dalam Giovani & Berlianto., 2022). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa Tokopedia memenuhi indikator untuk sarana prasarana di dalam penelitian ini.

Sedangkan dalam hal pengembangan kemampuannya, Tokopedia memiliki kualitas informasi yang baik seperti memberikan informasi terkini mengenai produknya, dan memberikan informasi yang mudah dimengerti untuk produk yang dijual (Rizky, Hidayat & Rahma dalam Giovani & Berlianto., 2022). Selain itu dalam keamanan transaksi Tokopedia mempunyai keamanan yang memadai, mempunyai mekanisme pembayaran yang aman serta unggul untuk menangani *hacker* (Anandita & Saputra dalam Giovani & Berlianto., 2022). Hal itu memberikan kesimpulan bahwa indikator pengembangan kemampuan terpenuhi di *E-commerce* Tokopedia.

Maka dari itu, menurut pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa kedua indikator adaptasi, yaitu sarana prasarana dan pengembangan kemampuan dapat dipenuhi dengan baik. Hal itu memberikan kesimpulan lebih jauh yaitu pada salah satu pengukuran keefektifitasan untuk melihat efektivitas pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis berbasis *E-commerce* Tokopedia terpenuhi. Dengan kata lain, *E-commerce* efektif untuk digunakan dalam suatu usaha.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan acuan 3 pengukuran efektivitas, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dalam bisnis berbasis *E-Commerce* Tokopedia dianggap efektif. 3 pengukuran efektivitas yang digunakan adalah pencapaian tujuan, integrasi dan adaptasi. Ketiga indikator dari pencapaian tujuan yakni penentuan waktu untuk mencapai pencapaian, sasaran atas pencapaian dan dasar hukum dapat dipenuhi dengan baik. Selain itu, kedua indikator dari integrasi yakni prosedur dan proses sosialisasi yang dapat dipenuhi dengan baik. Adapun kedua indikator adaptasi, yaitu sarana prasarana dan pengembangan kemampuan juga dapat dipenuhi dengan baik.

**DAFTAR Pustaka**

- Ambiapuri, E., & Hafid, M. (2022). Implementasi Budaya Perusahaan dalam Pengelolaan Tokopedia. *Indonesian Journal of Office Administration*, 4(1), 9-16.
- Batubara, B. M. (2021). The Problems of the World of Education in the Middle of the Covid-19 Pandemic. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 450-457.
- Chong, D., & Ali, H. (2022). LITERATURE REVIEW: COMPETITIVE STRATEGY, COMPETITIVE ADVANTAGES, AND MARKETING PERFORMANCE ON E-COMMERCE SHOPEE INDONESIA. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 3(2), 299-309.
- Fathur, M. (2020, November). Tanggung Jawab Tokopedia Terhadap Kebocoran Data Pribadi Konsumen. In National Conference on Law Studies (NCOLS) (Vol. 2, No. 1, pp. 43-60).
- Giovani, C., & Berlianto, M. P. (2022). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PURCHASE DECISION KONSUMEN YANG MENGGUNAKAN PLATFORM TOKOPEDIA. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(3), 2148-2170.
- Hamilton, A. B., & Finley, E. P. (2019). Qualitative methods in implementation research: An introduction. *Psychiatry research*, 280, 112516.
- Haryanti, T., & Subriadi, A. P. (2020). Factors and theories for E-commerce adoption: A literature review. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 11(2), 87-106.
- Husri, H., Usman, D., & Mone, A. (2021). Efektivitas Aplikasi Program Pendataan Kesejahteraan Sosial Next Generation Di Kabupaten Gowa. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Administrasi Publik (KIMAP)*, 2(6), 1923-1935.
- Juwito, J., & Zuhri, S. (2021). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN JEJARING SOSIAL FACEBOOK SEBAGAI MEDIA E-COMMERCE PADA MASYARAKAT SURABAYA (Studi Deskriptif-Kualitatif Pada Produk Peralatan Olahraga). *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, 5(2), 151-163.
- Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia. *Com. Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*, 2(1), 20-29.
- Manoe, D. S., Koten, Y. P., & Rozady, M. P. (2023). ANALISIS EFEKTIVITAS PENERAPAN APLIKASI SISTEM INFORMASI PEMERINTAH DAERAH (SIPD) BIDANG ANGGARAN PADA BADAN PENGELOLAAN KEUANGAN DAN ASET DAERAH KAB. SIKKA. *Increate-Inovasi dan Kreasi dalam Teknologi Informasi*, 9(1).
- MOKOGINTA, R., POSUMAH, J., & PALAR, N. (2021). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Klinik Aspirasi Dan Layanan Pengaduan (Kinalang) Pada Era New Normal Di Kota Kotamobagu. *JURNAL ADMINISTRASI PUBLIK*, 7(110).
- Panggalo, L. (2022). EFEKTIVKAH PELAYANAN JASA PENGIRIMAN PADA NINJA EXPRES DI KABUPATEN MIMIKA. *JURNAL KRITIS (Kebijakan, Riset, dan Inovasi)*, 6(2), 97-112.

- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *Pengantar Teknologi Informasi* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Rosyad, S. (2018). Efektifitas Dan Efisiensi Penerapan E-Commerce Pada Pt. Wahana Surya Plastik. *Jpim (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 3(1), 627-637.
- Sasmita, A., Ambarita, Y. M., & Putri, A. M. (2021). Strategi Pemasaran Tokopedia dalam Persaingan Antar E-Commerce dengan Analisis SWOT. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3397-3404.
- Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 71-75.
- Stefanny, V., & Tiara, B. (2021). Overview Perbandingan Jumlah User Fintech (Peer-To-Peer Lending) Dengan Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Insan Pembangunan Sistem Informasi dan Komputer (IPSIKOM)*, 9(1).
- Wijaya, I. G. N. S., Pratami, N. W. C. A., Muryatini, N. N., & Yasa, G. D. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom), Persepsi Risiko, Kepercayaan Pelanggan, Dan Keputusan Pembelian E-Commerce Tokopedia. *E-Jurnal Manaj*, 11(1), 190-209.
- Wulandari, A., & US, K. A. (2021). Analisis Manajemen Pemasaran Pada Aplikasi Shopee Dan Tokopedia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 295-301.