



---

## ***E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19***

**Nurlela**

nula81@gmail.com

Program Studi Ilmu Komunikasi

Institut Manajemen Wiyata Indonesia

Received: 09 08 2021. Revised: 15 08 2021. Accepted: 20 08 2021.

**Abstract :** The 2019 Corona Virus Disease (COVID-19) pandemic which is endemic in almost all countries in the world has had an impact on economic growth. Even the conventional business sector really felt the decline in turnover until it went out of business. But it is different with the e-commerce business, which is expected to increase despite the COVID-19 pandemic. This journal aims to examine the increase in e-commerce during the pandemic through a literature study. The results of the study show that the e-commerce business in the world during the pandemic experienced a very significant increase. The e-commerce business in Indonesia has increased 10 times with the addition of more than 50% new customers during the pandemic. However, the process of sending goods experienced a slight slowdown due to transportation restrictions and restrictions from the government. The increase in the e-commerce business during the pandemic can be analyzed to have the potential to affect the increase in e-commerce in the future.

**Keywords:** Economy, Business, E-Commerce, Covid-19 pandemic

**Abstrak :** Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Pandemi COVID-19) yang mewabah hampir di seluruh Negara di dunia sangat berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Bahkan sektor bisnis konvensional sangat merasakan penurunan omset hingga gulung tikar. Tetapi lain halnya dengan bisnis e-commerce yang diperkirakan mengalami peningkatan meskipun ditengah pandemi covid-19. Jurnal ini bertujuan meneliti peningkatan e-commerce selama pandemi melalui studi literatur. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bisnis e-commerce di dunia selama pandemi mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Bisnis e-commerce di Indonesia meningkat 10 kali lipat dengan penambahan pelanggan baru yang mencapai lebih dari 50% selama pandemi. Akan tetapi proses pengiriman barang sedikit mengalami pelambatan akibat pembatasan transportasi dan aturan Pembatasan dari pemerintah. Peningkatan bisnis e-commerce selama pandemi dapat dianalisa berpotensi untuk mempengaruhi peningkatan e-commerce kedepan.

**Kata Kunci :** Ekonomi, Bisnis, E-Commerce, Pandemi Covid-19

### **PENDAHULUAN**

Pandemi covid -19 banyak tak hanya merenggut nyawa banyak orang, tetapi juga telah memukul mundur sektor usaha retail dan konvensional hingga banyak yang gulung tikar.

Selain sektor bisnis e-commerce, pandemi covid-19 juga berdampak sangat luas penggunaan teknologi, pendidikan dan perjalanan bisnis. Sebagai langkah pencegahan, pemerintah banyak menerapkan prosedur pembatasan pergerakan masyarakat dalam semua hal, bahkan beberapa negara menerapkan skema lockdown. Baik swasta atau pelayanan publik terlihat mengalami kesulitan mengatasi krisis yang sangat cepat karena virus yang berasal dari wuhan china ini. Tidak dapat dihindari, efek dari covid-19 ini betul-betul berpengaruh terhadap kebijakan pemerintah, sistem dalam negara, ekonomi, pendidikan dan kehidupan sosial masyarakat.

Peningkatan penyebaran covid-19 yang begitu cepat menyebabkan krisis kesehatan dimasyarakat dan menghambat percepatan pembangunan, serta pertumbuhan ekonomi makro secara keseluruhan, karena tidak seimbanginya rantai ekonomi dari mulai pasokan, produksi dari produsen hingga ke konsumen yang hampir putus akibat lockdown. Selain itu, perdagangan derivatif mata uang dunia dan saham pun menjadi tidak stabil, dan beberapa negara mengalami pelemahan tajam pada matauangnya akibat virus ini. Perdagangan tradisional yang ada dimasyarakat pun hampir hilang, tetapi masih ada beberapa yang bisa bertahan. Di beberapa kota besar di Indonesia, banyak para pedagang tradisional yang mulai meninggalkan lapak dan berhenti menyewa toko untuk berjualan, perlahan – lahan mereka beralih ke perdagangan online untuk mempertahankan usahanya pada saat toko sepi akibat pembatasan sosial yang dianjurkan oleh pemerintah.

Dari hasil penelitian, secara global dampak dari pandemi covid-19 untuk sektor perdagangan umum sangat menonjol, ketidakpastian permintaan dan penawaran berubah sangat cepat, akibat banyaknya sektor – sektor bisnis yang mengalami perubahan sistem dan cara secara signifikan. Dampak tersebut dirasakan oleh pengusaha kecil dan menengah yang betul – betul berada diujung pertahanan terdepan dalam guncangan krisis ekonomi yang diakibatkan oleh virus covid-19. Akibat pembatasan sosial dimasyarakat yang hampir menghentikan kegiatan ekonomi konvensional, mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi ke sistem digital atau online, dan didukung dengan tersedianya para pebisnis e-commerce yang menyediakan lapak secara gratis untuk masyarakat bisa berjualan online.

Peralihan kebiasaan masyarakat yang terjadi besar-besaran dan sangat cepat tersebut membuat trend bisnis online (e-commerce) di Indonesia meningkat hampir 2 kali lipat pada saat pandemi covid-19 sekarang ini. Tetapi dibalik pandemi yang terjadi, ada beberapa Perusahaan-perusahaan e-commerce di Indonesia yang mencatat kenaikan omset, meskipun masyarakat menerapkan physical distancing di tengah wabah Covid-19. Di Indonesia sendiri ada beberapa marketplace yang sering bakar-bakar uang dalam promosi, seperti Bukalapak,

Shopee, Lazada, Gojek, Blibli, Electronic City, OLX, Tokopedia, dan Kaskus. Dikutip dari Prosiding Seminar Nasional Riset Dan Information Science (SENARIS) 2020 Vol. 2 karya H. Husain, Mochammad Wahyudi, M Safi'i dan Muhammad Zarlis, yang menjelaskan bahwa, beberapa bisnis online pada beberapa sektor mengalami peningkatan ditengah pandemi covid-19, oleh karena itu paper ini akan membahas tentang e-commerce yang menjadi solusi bisnis ditengah pandemi covid-19 sekarang ini. Beberapa e-commerce besar di Indonesia tersebut merupakan perusahaan-perusahaan yang sudah teruji. Start up e-commerce misalnya, yang diluncurkan sejak 2010 silam, merupakan salah satu Unicorn yang ada di Indonesia. Mewadahi jutaan pelapak dalam platform-ya. Bukalapak memang cukup sukses dan diminati.

Definisi E-Commerce menurut Loudon 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 Sandahaussen dalam Pradana (2015), e-commerce telah mengalami perkembangan dengan berbagai macam bentuk seperti B2B atau transaksi bisnis antara pelaku bisnis, B2C: Produsen ke Konsumen, C2C: konsumen ke konsumen, C2B : Konsumen ke Produsen, B2G : pelaku bisnis dengan Instansi Pemerintah (Government), dan G2C : antara pemerintah dengan konsumen (masyarakat).

Tabel 1. Bentuk – Bentuk Interaksi di dalam Bisnis

| No | Nama                         | Penjelasan   |
|----|------------------------------|--|
| 1  | B2B (Business to Business)   | Transaksi antara pelaku bisnis dengan pelaku bisnis lainnya.   |
| 2  | B2C (Business to Consumer)   | Aktivitas bisnis yang dilakukan perusahaan dengan konsumen secara langsung.  |
| 3  | C2C (Consumer to Consumer)   | Aktivitas bisnis yang dilakukan oleh konsumen satu dengan konsumen lainnya   |
| 4  | C2B (Consumer to Business)   | Model bisnis yang konsumen lakukan dimana dapat membentuk dan menciptakan nilai akan proses bisnis.  |
| 5  | B2G (Business to Government) | B2G merupakan suatu aktivitas bisnis yang terjadi antara pelaku bisnis dengan pemerintah baik dan dapat berupa sebuah kesepakatan spesifik yang mendukung kelancaran bisnis. |
| 6  | G2C (Government to Consumer) | Hubungan atau interaksi antara pemerintah dan masyarakat.  |

Pandemi Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya Penyakit koronavirus 2019 (Bahasa Inggris: *Coronavirus disease 2019*, disingkat Covid-19) di seluruh dunia untuk semua Negara. Penyakit ini disebabkan oleh koronavirus jenis baru yang diberi nama SARS-CoV-2. Wabah Covid-19 pertama kali dideteksi di Kota Wuhan, Hubei, Tiongkok pada tanggal 1

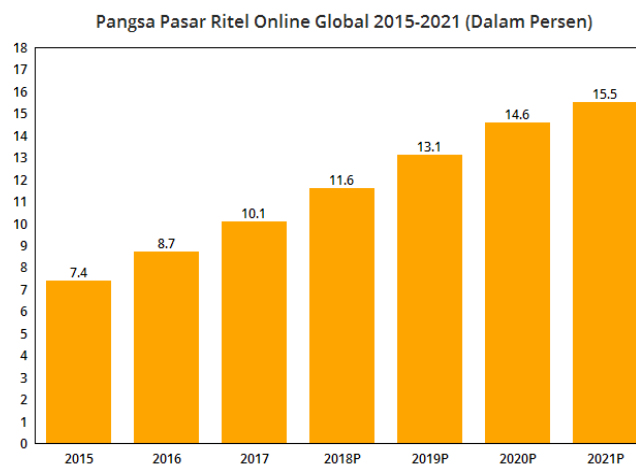
Desember 2019, dan ditetapkan sebagai pandemi oleh Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) pada tanggal 11 Maret 2020. Hingga 14 November 2020, lebih dari 53.281.350 orang kasus telah dilaporkan lebih dari 219 negara dan wilayah seluruh dunia, mengakibatkan lebih dari 1.301.021 orang meninggal dunia dan lebih dari 34.394.214 orang sembuh.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelusuran literatur khususnya jurnal yang bisa diakses secara online dan dengan cara pengumpulan data berupa dokumen elektronik yang menjelaskan berupa fakta-fakta yang diakses secara online, baik yang berasal dari Indonesia ataupun dari luar Indonesia. Pembahasan lebih difokuskan pada dampak dari pandemi yang telah banyak mengubah model bisnis khususnya melihat pertumbuhan yang sangat cepat dari sektor bisnis e-commerce yang diperkirakan menjadi solusi bisnis disaat pandemi covid-19 sekarang ini dan akan maju pesat dimasa yang akan datang disaat pandemi covid-19 berakhir.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan analisa dari data dan fakta yang ada saat penelitian, akan dibahas mengenai perubahan perilaku secara umum konsumen dan produsen dalam bisnis e-commerce disaat pandemi covid melanda di Indonesia mulai Maret dan April tahun 2020. Perubahan tersebut terus terlihat meningkat signifikan sampai dengan pertengahan tahun 2021 dimana pandemi telah melanda selama hampir satu tahun, Selain menjadi solusi bisnis disaat pandemi covid-19, sektor bisnis e-commerce diperkirakan akan terus tumbuh dengan pesat bahkan diperkirakan akan tetap bertahan pada level tertentu pada saat pandemi covid-19 berakhir.

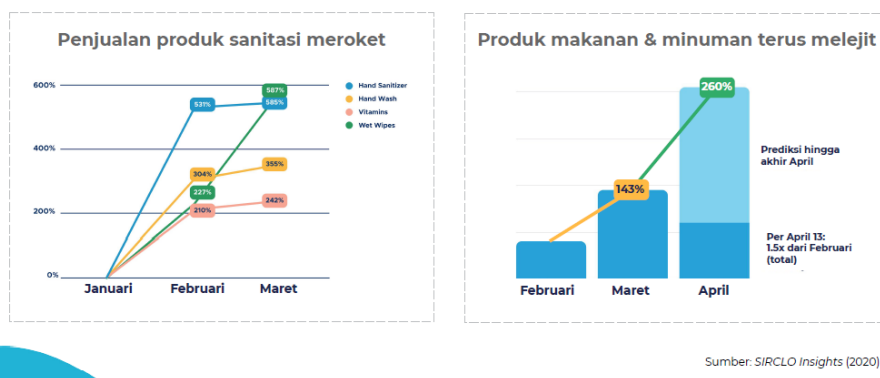


Gambar 1. Pangsa Pasar E-commerce Global 2015-2021 (Dalam Persen)

Diperkirakan semakin lama pandemi menyerang kehidupan masyarakat, semakin banyak pula para pelaku bisnis yang bermigrasi dari jualan konvensional dengan toko fisik ke jualan online di marketplace atau sarana digital lainnya. Tak kita pungkiri, sejak tahun 2015 sektor bisnis e-commerce sudah berkembang di Indonesia, tetapi lebih terlihat secara pasti peningkatan secara signifikan tersebut pada tahun 2020 dimana saat pandemi covid-19 mewabah keseluruh penjuru dunia, dan memaksa mengubah pola kebiasaan masyarakat dalam segala hal, termasuk dalam sektor bisnis dan ekonomi.

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa pangsa pasar bisnis berbasis e-commerce mengalami peningkatan sejak tahun 2015 sampai tahun 2021. Sehingga dapat disimpulkan trend bisnis e-commerce sudah terbuka di Indonesia, terlebih lagi dimasa pandemi covid-19 sekarang ini. Menurut Business Operations Manager *SIRCLO*, Trias Puspita Hayati, Beralih ke *online* menjadi solusi terbaik bagi para pelaku UMKM untuk dapat bertahan dari pandemi Covid-19. Perubahan gaya hidup masyarakat akibat diterapkannya PSBB, menjadi belanja secara *online*, sebagai peluang untuk bertahan.

**Di masa pandemi COVID-19, e-commerce diproyeksikan terus berkembang.**



Gambar 2. Kurva peningkatan penjualan produk sanitasi serta makanan dan minuman di berbagai platform e-commerce.

Peningkatan penjualan dimasa pandemi covid-19 yaitu pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2021 dapat pula disebabkan oleh adanya kebijakan pemerintah yang membatasi mobilisasi masyarakat, sehingga pola transaksi mereka terpaksa berubah dari konvensional menjadi bertransaksi secara online untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Peningkatan transaksi online tersebut menjadikan bisnis e-commerce bergeser jadi kebutuhan utama bagi masyarakat dan sektor publik lainnya dalam bertransaksi dimasa pandemi covid-19. Mengingat masyarakat ada yang sebagian takut berbelanja secara langsung sehingga terpaksa membeli dengan cara online di beberapa platform e-commerce. Penggunaan media juga

terlihat mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan banyaknya kegiatan online seperti pembelajaran online, meeting online, bahkan perusahaan berbasis platform medsos seperti facebook banyak memperbaharui fitur – fitur mereka untuk dapat menghubungkan lebih banyak orang dalam satu waktu.

Tak hanya pemain e-commerce besar di Indonesia yang merasakan dampak peningkatan konsumen online, para pedagang tradisional pun banyak yang beralih berjualan secara online meskipun hanya dilakukan dengan peralatan dan platform seadanya. Ada juga kreator yang mampu membuat platform lokal didaerah – daerahnya untuk membantu proses jual beli antara konsumen dan produsen dalam kawasan Kabupaten dan Kotamadya. Ada juga masyarakat kreatif yang memanfaatkan pandemi covid-19 ini untuk membentuk startup baru, atau starup kolaborasi dengan menggunakan aplikasi seperti zoom meeting, google meeting, goto meeting yang tiba-tiba menjadi populer di masa pandemi covid-19. (Sudaryono, et al. 2020). Peluang disektor tersebut banyak diambil oleh perusahaan besar atau individu – individu yang memiliki kemampuan untuk membantu perusahaan atau lembaga yang diharuskan menerapkan sistem digital dalam pelaksanaan kegiatannya, seperti dibidang pendidikan dan sektor publik dipemerintahan, itu pun menjadi pangsa pasar baru yang bisa menjadi solusi bagi masyarakat yang memiliki kemampuan mengelola peluang tersebut.

Banyak pula, perusahaan asing yang mengambil sektor bisnis tersebut, karena mengingat di Indonesia masih sedikit atau bahkan belum ada pelaku yang bisa memanfaatkan peluang di bisnis starup collaboration tools. Beberapa bisnis lainnya yang mendapat keberuntungan ditengah pandemi sekarang ini adalah sektor teknologi edukasi, seperti ruangguru & zenius. Hal itu disebabkan para pelajar saat pandemi tidak memungkinkan untuk belajar langsung tatap muka disekolah, sehingga mereka harus belajar di rumah masing-masing dengan cara daring. Banyak bidang lainnya yang juga berubah arah dan menjadi peluang bisnis yang dapat dilakukan secara online.

Oleh karena itu, e-commerce di Indonesia mengalami peningkatan hampir 10 kali lipat, transaksi online harian meningkat dari 3,1 juta menjadi 4,8 juta transaksi selama masa pandemi covid-19 sekarang ini, selain itu terdapat juga penambahan pelanggan baru di marketplace – marketplace atau platform e-commerce sebanyak 51% dengan penjualan makanan dan pakaian yang mengalami peningkatan 4 kali ipat dibandingkan sebelum masa pandemi covid-19. Bahkan, Shopee mencatat permintaan makanan segar tumbuh 11 kali pada April. Tren tersebut berbeda pada Maret, permintaan makanan kaleng cenderung tinggi, naik

tujuh kali lipat, ketika masyarakat diimbau untuk tidak beraktivitas di luar rumah (republika, 2020)

Kebijakan pencegahan penyebaran virus covid-19 yang betul-betul memaksa masyarakat untuk mengurangi keluar rumah, menjaga jarak dan bekerja dari rumah sedikitnya 25% bahkan sampai 100%. Konsumen pun banyak menghindari berbelanja langsung ditempat keramaian. Permintaan kebutuhan data dan internet disaat pandemi pun ikut meningkat secara dratis, otomatis peluang tersebut diambil oleh perusahaan – perusahaan penyedia jasa provider internet yang baru, peningkatan tersebut melonjak 40% pada saat diberlakukannya peraturan pemerintah untuk bekerja dan belajar dari rumah secara online. Produk yang paling banyak dibeli selama era pandemi covid-19 yaitu, tisu, sarung tangan sekali pakai, freezer, bidet, kettlebel, mesin roti, cat, puzzle, buku mewarnai, masker, handsanitizer, pembersih udara, treadmill, sepeda statis, matras yoga, lemari es, bola olah raga dan peralatan olahraga, (Andrienko, 2020). Minat belanja pada sepeda polygon meningkat hingga 1.036% sejak awal maret 2020 dibandingkan dengan bulan sebelumnya.



Gambar 3. Trend Minat Belanja Online Produk Non Kesehatan Selama Pandemi Covid -19

E-Commerce toko kelontong Walmart mengalami peningkatan 74% selama pandemi (Andrienko, 2020). Transportasi dan jasa kurir online pun turut bergairah meski terpaan penyebaran covid-19 di Indonesia semakin parah merajalela, namun platform transportasi dan ekspedisi online semakin banyak bermunculan. Persaingan tersebut muncul disaat pembatasan sosial oleh pemerintah diterapkan, hal itu menjadi tantangan besar bagi para pengusaha ekspedisi untuk membuktikan pelayanan terbaiknya kepada pelanggan dengan berusaha menyampaikan titipan tepat waktu.

Pandemi Covid-19 yang berkepanjangan memang membuat banyak bisnis ambruk. Namun ada juga bisnis baru yang justru makin moncer dikala pandemi Covid-19 yakni jasa

pengiriman atau ekspedisi. Tumbuhnya bisnis e-commerce tak hanya menguntungkan pemilik platform marketplace atau startup nya, tetapi juga banyak masyarakat yang merasakan keuntungannya, dengan meningkatnya pembelian online semasa pandemi covid-19, maka banyak perusahaan jasa kurir baru yang membuka lapangan pekerjaan baru, meski ujungnya akan terjadi persaingan yang sangat ketat. Dengan tumbuhnya sektor perekonomian dibisnis e-commerce yang berdampak bagi pertumbuhan bisnis-bisnis baru di Indonesia, dapat terlihat pergeseran yang cukup besar selama pandemi covid-19 sekarang ini. Hanya dengan perubahan pola transaksi saja banyak sektor – sektor baru yang bangkit, tumbuh dan berkembang.

Dibeberapa negara yang dianalisa, kurang dari 20% responden menyatakan bahwa mereka meningkatkan aktivitas belanja online pada saat pandemi covid-19, seperti Jerman (12%), Prancis dan Kanada (16%), Jepang, Inggris Raya dan Australia (18%). Hal tersebut disebabkan bahwa warga pada beberapa negara tersebut sudah terbiasa dengan berbelanja online sebelum masa pandemi, sehingga tidak menunjukkan peningkatan drastis pada saat pandemi datang.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan analisis data diatas, dapat diperoleh kesimpulan bahwa sektor bisnis e-commerce dapat memberikan peran penting yang menguntungkan bagi masyarakat dan juga perkembangan perekonomian di Negara Indonesia selama pandemi covid-19. Semua pihak diuntungkan, baik pelaku usaha, konsumen dan pemerintah. Bagi para pelaku usaha, e-commerce menjadi solusi untuk mengatasi dampak covid-19, meningkatkan skala penjualan karena banyak investor yang tertarik dalam bidang ini, meningkatkan jangkauan pemasaran, dan mendorong pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan kondisi selama pandemi dan teknologi. e-commerce juga bermanfaat bagi konsumen, karena dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, terlebih menghadapi ketatnya peraturan pemerintah yang membatasi masyarakat dengan sosial distancing sebagai langkah untuk meminimalisir penyebaran virus covid-19. Konsumen juga menjadi lebih efektif dan efisien dalam hal waktu, tenaga, dan pemilihan harga dibanding dengan bertransaksi secara konvensional. Dengan berkembangnya sektor e-commerce pula mengharuskan masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya.

Banyak perusahaan – perusahaan baru yang muncul dan maju dengan pesat ditengah pandemi covid-19, semuanya hampir menggunakan basis teknologi internet dengan



bertransaksi secara online. Meskipun virus corona mampu melumpuhkan banyak sektor-sektor usaha dan membuat masyarakat menjerit kesulitan dalam hal ekonomi, pelambatan ekonomi dan kecemasan berkepanjangan yang dimulai sejak bulan Maret tahun 2020. Namun masih ada secercah peluang bagi masyarakat yang kreatif dan melihat bencana menjadi peluang yang sangat baik untuk memulai hal yang baru. Ditengah pandemi Covid19 mengharuskan masyarakat mematuhi aturan pemerintah untuk menerapkan protokol kesehatan 5 M, Memakai masker, mencuci tangan, menjaga jarak, membatasi mobilitas dan menjaga imun guna memutus mata rantai sebaran virus Covid19.

Aturan tersebut menyebabkan masyarakat lebih banyak beraktifitas dirumah saja dengan menggunakan sarana internet, baik itu bekerja, belajar, dan berbelanja semua dilakukan secara online. Adaptasi hal – hal baru dalam semua sektor dapat dirasakan secara langsung dilingkungan sekitar kita, selain e-commerce dalam berbelanja online, ada pula sektor lain yang juga harus mulai dilakukan secara online, seperti bekerja dirumah (WFH), Belajar Daring, meeting Online dan banyak hal lain yang mengharuskan menggunakan teknologi internet, hal tersebut karena dampak pandemi covid-19. Tak hanya masyarakat yang berada diperkotaan, masyarakat yang ada di pelosok pun bisa menikmati teknologi online selama masa pandemi Covid19 untuk berbelanja online, karena adanya pembatasan mobilitas sehingga tidak memungkinkan untuk berbelanja langsung ke kota – kota besar sebagaimana biasanya. Maka marketplace lah yang menjadi solusinya, sarana internet dan semakin banyaknya ekspedisi juga menjadi faktor pendukung bagi masyarakat untuk terbiasa bergerak dengan teknologi.

Produk – produk asal pedesaan mulai banyak menghiasi beranda-beranda marketplace besar dan memiliki rasio penjualan yang cukup banyak, jarak dan waktu sudah bukan lagi masalah bagi para pelaku bisnis online, terlebih dtengah pandemi covid-19 sekarang ini. Meskipun bencana besar ini belum tahu kapan akan berakhir, namun dengan melihat peluang – peluang besar dimasa depan, bencana ini diharapkan membawa sebuah manfaat positif bagi pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia pada saat pandemi ini berakhir. Dampak penurunan ekonomi tak hanya dirasakan oleh negara Indonesia, namun semua negara didunia turut serta merasakan dampak penurunan sektor ekonomi, namun ditengah krisis tersebut masih banyak peluang untuk menumbuhkan sektor-sektor baru yang sesuai dengan perkembangan situasi. Bagi pemerintah keberadaan e-commerce yang semakin bertumbuh dengan pesat, dapat mendorong penerimaan negara dari sektor pajak pertambahan nilai (PPN)

dan e-commerce juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dari pajak Export – Import atau barang mewah yang banyak digandrungi ditengah pandemi covid-19.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Andrienko, O. 2020. E-commerce and Consumer Trends During Coronavirus. <https://www.semrush.com/blog/ecommerce-covid-19/> Diakses 24 September 2020.
- Gorbalenya, Alexander E. (11 Februari 2020). "Severe acute respiratory syndrome-related coronavirus – The species and its viruses, a statement of the Coronavirus Study Group"
- H. Husain, Mochammad Wahyudi, M Safi'i, Muhammad Zarlis, 2020 Prosiding Seminar Nasional Riset Dan Information Science (SENARIS) 2020.
- [https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi\\_Covid-19](https://id.wikipedia.org/wiki/Pandemi_Covid-19)
- <https://industri.kontan.co.id/news/persaingan-bisnis-jasa-pengiriman-semakin-ketat>
- <https://mediaindonesia.com/ekonomi/304314/tiga-bisnis-ini-berpeluang-untung-di-saat-pandemi-covid-19>
- <https://www.beritasatu.com/ekonomi/725201/bisnis-ekspedisi-melesat-di-masa-pandemi-covid19>
- <https://www.republika.co.id/berita/qc19lc368/tren-pembelian-makanan-di-shopee-melonjak-saat-pandemi>
- <https://www.republika.co.id/berita/qc19lc368/tren-pembelian-makanan-di-shopee-melonjak-saat-pandemi>
- Jonathan Reddick (<https://technobusiness.id/insight/2017/08/22/pasar-e-commerce-berpotensi-mencuri-ceruk-ritel-155-pada-2021-2/>)
- Laudon, e-commerce (2014) <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>
- Leski Rizky Naswara, (<https://aptika.kominfo.go.id/2020/05/umkm-online-jadi-solusi-bertahan-saat-pandemi-covid-19/>)
- Mia Chitra Dinisari , E-commerce Dorong Perekonomian Indonesia, selama Pandemi Covid-19 (April 2020) <https://ekonomi.bisnis.com/read/20200417/12/1228750/e-commerce-dorong-perekonomian-indonesia-selama-pandemi-covid-19->.
- Syamruddin, Geliat e-commerce ditengah pandemi covid-19 (Januari 2021)
- WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 – 11 March 2020. [www.who.int](http://www.who.int) (dalam bahasa Inggris). Diakses tanggal 2020-03-22.