

PELATIHAN *E-COMMERCE* DAN MANAJEMEN KEUANGAN SEBAGAI LANGKAH MENINGKATKAN PENDAPATAN PADA KERIPIK PISANG ARJUNA

Ira Vahlia*) dan Nina Lelawati

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Metro

*)Email: iravahlia768@yahoo.co.id

ABSTRAK

Era yang serba menggunakan ICT saat ini, menuntut juga pelaku industri kecil untuk meningkatkan kemampuannya dalam bidang teknologi komunikasi dan informasi. Internet menciptakan lingkungan bisnis yang tidak lagi mementingkan waktu dan jarak. Berdasarkan latar belakang masalah yang dihadapi home industri keripik pisang arjuna; 1) Home industri keripik pisang arjuna dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan belum memanfaatkan penjualan secara *online* yaitu dengan menggunakan *e-commerce*. 2) Home industri keripik pisang arjuna belum melakukan pembukuan dengan baik dalam kegiatan produksinya. Adapun yang menjadi tujuan dari pengabdian adalah; 1) Mitra diberikan pelatihan *e-commerce* hal ini dilakukan untuk mitra memasarkan produknya pada khalayak ramai melakukan ICT. 2) Mitra diberikan pendampingan, kegiatan ini bertujuan agar mitra dapat membukukan semua kegiatan yang khususnya berkaitan dengan keluar masuk keuangan. Pelatihan dan pengabdian yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan Kegiatan PKM yang dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan kepada mitra keripik pisang arjuna mampu menginovasi pemasaran yang awalnya konvensional menjadi pemasaran yang memanfaatkan perkembangan teknologi yaitu dengan melakukan pemasaran elektronik atau juga disebut *E-commerce*.

Kata Kunci: *pelatihan, pendampingan, e-commerce, manajemen keuangan*

E-Commerce Training and Financial Management as a Step to Increase Income about Arjuna Banana Snow

ABSTRACT

Era of all-use ICT today, it also requires small-scale industry players to improve their capabilities in the field of information communication and technology. The internet creates a business environment that no longer emphasizes time and distance. Based on the background of the problems faced by the home industry of arjuna banana chips; 1) Banana arjuna chips home industry in terms of marketing the products produced have not utilized online sales by using *e-commerce*. 2) Home industry of arjuna banana chips has not done a good bookkeeping in its production activities. As for the goal of service is; 1) Partners are given *e-commerce* training, this is done for partners to market their products to the general public through ICT. 2) Partners are given assistance, this activity aims to enable partners to book all activities specifically related to their financial entry and exit. The training and service that has been carried out concluded that PKM activities carried out through training and mentoring to partners of arjuna banana chips are able to innovate initially conventional marketing into marketing that utilizes technological developments, namely by doing electronic marketing or also called *E-commerce*.

Keywords: *training, mentoring, e-commerce, financial management*

PENDAHULUAN

Industri yang ada di Indonesia tahun ke tahun mengalami peningkatan ini dilihat dari sisi ketenagakerjaan, berdasarkan survey tahun 2014 pada 219 perusahaan dari berbagai bidang industri, menunjukkan bahwa hasil respon 45,6% perkembangan dunia kerja di Indonesia ini akan semakin baik. Data yang ada menjadi gambaran bahwa industri kecil yang ada saat ini belum bisa dikatakan baik, sehingga masih banyak yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan baik jumlah industri kecil atau pun juga kualitas produk industri kecil itu sendiri. Pradana (2015) *e-commerce* di definisikan menjadi transaksi elektronik seputar penjualan atau pembelian barang atau jasa antara rumah tangga, individu, pemerintah dan organisasi publik atau swasta lainnya, yang dilakukan melalui jaringan melalui komputer. Tentunya dalam meningkatkan kualitas industri kecil perlu banyak hal yang harus diperhatikan salah satunya yaitu *e-commerce* sebagai sarana untuk memperkenalkan produk pada khalayak ramai dan manajemen keuangan yang baik sebagai langkah untuk mendokumentasikan kegiatan produksi.

Pada era yang serba menggunakan ICT saat ini, menuntut juga pelaku industri kecil untuk meningkatkan kemampuannya dalam bidang *information communication and teknologi*. Keberadaan sebuah bisnis *online* merupakan alat marketing dan komunikasi yang kuat, menjadi platform yang sangat efisien dari segi harga, dengan cara kerja yang ramah lingkungan, dan simbol profesionalisme yang banyak dibutuhkan saat ini. Internet menciptakan lingkungan bisnis yang tidak lagi mementingkan waktu dan jarak. Orang memiliki akses untuk mendapat lebih banyak informasi yang bisa membantu mereka membuat keputusan, dan konsumen memiliki akses untuk mengetahui produk dan layanan yang lebih luas jangkauannya. Pada saat ini produsen bukan hanya sekedar dituntut memiliki produk yang baik namun juga dalam hal pemutusan pemasaran produk menjadi sesuatu yang penting, karena berhasil tidaknya sebuah usaha tentunya dilihat dari banyak hal termasuk juga dalam pemasaran produk. Hal ini yang masih perlu diperhatikan oleh mitra keripik pisang arjuna karena dalam proses pemasaran belum memanfaatkan pemasaran *online* atau dikenal juga dengan *e-commerce*. Menurut Maulana, dkk. (2015) Seiring dalam perkembangan dunia bisnis saat ini *e-commerce* merupakan suatu kebutuhan untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dan penjualan produk produk. Menurut Aco (2017) *E-commerce* seperti memiliki daya tarik yang kuat sehingga banyak pribadi atau organisasi tertarik untuk menjalankan bisnis. Selain pemilihan strategi pemasaran yang banyak mendatangkan keuntungan pelaku home industri kecil seperti pelaku home industri keripik pisang juga perlu memperhatikan manajemen keuangan dalam bidang usahanya, hal ini dikarenakan manajemen keuangan tidak hanya cukup ditekankan ketika perusahaan telah berskala besar, namun juga perlu diterapkan pada perusahaan ketika masih berskala kecil agar tidak terseret oleh kegagalan untuk mengetahui masalah keuangan dengan tepat dan terhindar dari kesalahan perhitungan jumlah pajak yang harus di bayarkan.

Dengan adanya manajemen keuangan yang baik sejak awal bisnis, maka sebuah bisnis kecil yang sedang berkembang akan mengetahui dan memiliki kekuatan finansial secara sehat. Serta jumlah harga perolehan serta penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan menyusun laporan keuangan berupa neraca, dan laporan laba rugi

untuk periode tahun pajak tersebut. Sehingga pelaku usaha baik yang berskala besar atau pun skala kecil termasuk di dalamnya home industri kecil, dalam melakukan kegiatan produksinya perlu memperhatikan kegiatan pembukuannya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang di atas dapat diambil kesimpulan bahwa yang menjadi permasalahan yang dihadapi home industri keripik pisang arjuna, adalah sebagai berikut:

- 1) Home industri keripik pisang arjuna dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan belum memanfaatkan penjualan secara *online* yaitu dengan menggunakan *e-commerce*.
- 2) Home industri keripik pisang arjuna belum melakukan pembukuan dengan baik dalam kegiatan produksinya.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra tentunya ada beberapa langkah untuk menyelesaikan. Dalam kegiatan PKM mitra akan diberikan pelatihan dalam penguasaan ICT khususnya yang berkaitan dengan *e-commerce*. Tidak berhenti di situ mitra juga akan diberikan pelatihan dan pendampingan dalam pembukuan kegiatan produksi. Semakin baik penguasaan ICT dan pembukuan yang baik dalam sebuah pelaku produksi akan semakin cepat dalam mencapai tujuan dari kegiatan produksi yang dilakukan. Menurut Harahap (2009:196) mengemukakan bahwa, kegunaan analisis laporan keuangan ini dapat dilakukan untuk membongkar hal-hal yang bersifat tidak konsisten dalam hubungannya dengan suatu laporan keuangan baik dikaitkan dengan komponen intern maupun kaitannya dengan informasi yang diperoleh dari luar perusahaan.

Dalam kegiatan PKM ini nantinya diharapkan dapat membantu mitra dalam meningkatkan pendapatan melalui *e-commerce* dan pembukuan keuangannya yang baik, demi mendukung tercapainya kegiatan PKM hal yang akan dilakukan yaitu:

- 1) Mitra diberikan pelatihan *e-commerce* hal ini dilakukan untuk mitra memasarkan produknya pada khalayak ramai melalui ICT
- 2) Mitra diberikan pendampingan, kegiatan ini bertujuan agar mitra dapat membukukan semua kegiatan yang khususnya berkaitan dengan keluar masuk keuangannya.

E-commerce

Pengertian *E-commerce*

Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. *E-commerce* meliputi semua ukuran transaksi yang menggunakan transmisi digital untuk pertukaran informasi melalui peralatan elektronik. Dwi (2014) menyatakan bahwa *E-commerce* menciptakan sebuah sistem ekonomi baru yang di dalamnya menghubungkan antara produsen, penjual, dan konsumen melalui sebuah teknologi yang tidak pernah dilakukan sebelumnya. Mumtahana (2017) memanfaatkan Teknologi *E-commerce* memenuhi strategi pemasaran produk yang dapat berdampak pada peningkatan pendapatan. Atas barang atau jasa dari transaksi tersebut dapat dikirimkan dengan menggunakan jalur tradisional seperti *delivery service* atau dengan mekanisme digital, yaitu dengan cara mendownload produk internet.

Penggolongan *E-commerce*

Penggolongan *e-commerce* yang lazim dilakukan orang ialah berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Suyanto (2003) tipe-tipe berikut segera bisa dibedakan :

1. Business to business (B2B), adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya adalah perusahaan, sehingga proses transaksi dan interaksinya adalah antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Contoh model *e-commerce* ini adalah beberapa situs e-banking yang melayani transaksi antar perusahaan.
2. Business to Consumer (B2C), adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnisnya melibatkan langsung antara penjual (penyedia jasa *e-commerce*) dengan individual buyers atau pembeli. Contoh model *e-commerce* ini adalah airasia.com.
3. Consumer to Consumer (C2C), adalah model *e-commerce* dimana perorangan atau individu sebagai penjual berinteraksi dan bertransaksi langsung dengan individu lain sebagai pembeli. Konsep *e-commerce* jenis ini banyak digunakan dalam situs *online auction* atau lelang secara *online*. Contoh portal *e-commerce* yang menerapkan konsep C2C adalah e-bay.com.
4. Consumer to Business (C2B), adalah model *e-commerce* dimana pelaku bisnis perorangan atau individual melakukan transaksi atau interaksi dengan suatu atau beberapa perusahaan. Jenis *e-commerce* seperti ini sangat jarang dilakukan di Indonesia. Contoh portal *e-commerce* yang menerapkan model bisnis seperti ini adalah priceline.com.

Manajemen Keuangan

1. Pengertian manajemen keuangan

Manajemen Keuangan *ialah* seluruh aktivitas atau pun kegiatan perusahaan dalam rangka penggunaan serta pengalokasian dana perusahaan secara efisien. Menurut Fahmi (2013), mengemukakan bahwa “Manajemen Keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana dan membagi dana dengan tujuan memberikan profit atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan keberlanjutan usaha bagi perusahaan”.

Adapun menurut Sutrisno (2012) manajemen keuangan *ialah* semua aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan usaha-usaha mendapatkan dana perusahaan dengan biaya yang murah serta usaha untuk menggunakan dan mengalokasikan dana tersebut secara efisien.

Sedangkan menurut Kamaludin (2011) manajemen keuangan adalah upaya untuk mendapatkan dana dengan cara yang paling menguntungkan serta mengalokasikan dana secara efisien dalam perusahaan sebagai sarana untuk mencapai sasaran bagi pemegang saham.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwasanya manajemen keuangan merupakan aktivitas yang berkaitan dengan perolehan dana, bagaimana pengelolaan dana dan bagaimana dana tersebut di manajemen dengan dasar tujuan umum seperti efisiensi dalam penggunaan dan memaksimalkan keuntungan.

2. Fungsi manajemen keuangan

Menurut Sutrisno (2012) menjelaskan bahwa fungsi manajemen keuangan terdiri dari tiga keputusan utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, tiga keputusan perusahaan tersebut:

a. Keputusan investasi

Keputusan investasi adalah masalah bagaimana manajer keuangan harus mengalokasikan dana ke dalam bentuk-bentuk investasi yang akan dapat mendatangkan keuntungan di masa yang akan datang.

b. Keputusan pendanaan

Keputusan pendanaan sering juga disebut sebagai kebijakan struktur modal. Dimana pada keputusan ini manajer keuangan dituntut untuk mempertimbangkan dan menganalisis kombinasi dari sumber-sumber dana yang ekonomis bagi perusahaan.

c. Keputusan dividen

Keputusan dividen merupakan keputusan manajemen keuangan untuk menentukan: 1). Besarnya persentase laba yang dibagikan kepada para pemegang saham dalam bentuk cash dividend, 2). Stabilitas dividen yang dibagikan, 3) dividen saham, 4). Pemecahan saham, 5). Penarikan kembali saham yang beredar, hal ini semua dilakukan untuk meningkatkan kemakmuran pada pemegang saham.

Berdasarkan tiga keputusan tersebut dapat dilihat bahwa fungsi manajemen keuangan sangat berkaitan satu sama lain dan dengan fungsi tersebut manajemen keuangan dapat membantu perusahaan dalam mengelola pendapat perusahaan.

3. Tujuan manajemen keuangan

Menurut Kamaludin (2011) adapun tujuan normatif dalam manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau kemakmuran pemegang saham. Sedang menurut Sutrisno (2012) tujuan utama manajemen keuangan yaitu meningkatkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik. Dari semua pendapat tersebut tujuan manajemen keuangan intinya yaitu memaksimalkan nilai perusahaan dan meningkatkan kemakmuran para pemegang saham, dengan kedua tujuan tersebut jelas manajer keuangan dituntut untuk mencapai dengan berbagai strategi yang baik.

METODE

Metode yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra dalam pemasaran *E-commerce* dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Melakukan program pelatihan

Agar SDM mitra mampu menguasai *ICT* dengan baik sebagai modal pemasaran *E-commerce* maka perlu dilakukan beberapa pelatihan dan workshop sebagai berikut:

- a) Workshop pengenalan *ICT* dan manfaatnya ini dilakukan untuk membantu mitra dalam memahami beberapa fasilitas atau pun keuntungan yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran produknya.
 - b) Workshop *ICT* sebagai sarana pemasaran yang menguntungkan. Dalam workshop mitra diberikan pengenalan dengan beberapa aplikasi yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran *e-commerce*.
 - c) Pelatihan menggunakan aplikasi *e-commerce* dalam pemasaran. Pelatihan ini ditujukan untuk mitra memiliki akun, dan mengoperasikan *E-commerce* dalam aplikasi *Ecwid*, Tokopedia, Bukalapak, Lazzada dan *Shopee*.
 - d) Pelatihan join grup *E-commerce*. Dengan memperluas jaringan dalam relasi pemasaran produk secara *online* ini sangat dibutuhkan, karena semakin banyak relasi tentunya akan memberikan pengaruh positif pada mitra.
 - e) Workshop Fungsi izin BPOM pada produk. Mitra diberikan materi terkait pentingnya memiliki izin BPOM pada produk yang dihasilkan, hal ini dilakukan untuk mempermudah jalanan izin BPOM karena mitra telah memahami fungsi BPOM pada produknya.
 - f) Workshop Pengenalan *Brand* ternama pada industri pangan. Pengenalan brand pada produk makanan akan memotivasi mitra betapa pentingnya memiliki brand yang memiliki kriteria baik, agar konsumen mudah mengingat dan membedakan dengan produk yang lain.
2. Melakukan evaluasi program
- Agar program ini dapat dilaksanakan dengan lancar, maka sebelum semua aktivitas dimulai terlebih dahulu dilakukan sosialisasi terhadap pihak-pihak terkait, diantaranya perangkat desa, pemilik *Home* industri serta karyawan yang menjadi wilayah pelaksanaan program. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan semua pihak terkait mendukung sepenuhnya program ini baik secara kelembagaan, materiil maupun moril.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi mitra, baik dalam permasalahan brand belum paten, pengemasan dan pemasaran konvensional. Pengabdian ini akan memberikan beberapa kegiatan untuk mengatasi apa yang menjadi permasalahan mitra yaitu dengan memberikan pelatihan dan pendampingan. Pelatihan yang dilakukan ini terkait dengan bagaimana langkah memperoleh brand paten sederhana, *ICT*, menentukan pengemasan, pembukuan yang baik, dan memperoleh akun dalam aplikasi *e-commerce*. Pelatihan ini diberikan dengan tujuan untuk membuka wawasan mitra bahwasanya setiap produk yang baik tidak terlepas dari pemberian brand yang baik pada produk yang dihasilkan. Dan tidak kalah pentingnya produk yang dihasilkan haruslah di kemas dengan menarik, baik dan aman, hal ini dilakukan agar barang yang di produksi tidak mudah rusak walau sudah dalam kemasan.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Selain pelatihan yang telah disebutkan di atas tim program kemitraan masyarakat memberikan pelatihan ICT yang mana pelatihan ini bertujuan untuk mengenalkan dan sekaligus melatih mitra untuk menggunakan ICT yang berbasis *online* dalam memasarkan produk yang telah dimiliki. Dan tidaklah pentingnya pengabdian ini juga memberikan pelatihan pembukuan kepada mitra karena sebaiknya usaha jika memiliki manajemen keuangan melalui pelatihan pembukuan yang baik, usaha yang telah dirintis dengan susah payah tentunya tidak menginginkan usahanya akan hancur karena tidak memilikinya manajemen keuangan yang baik dalam usaha itu sendiri. Manajemen keuangan yang baik akan mengantarkan kepada tercapainya tujuan dari sebuah produksi itu sendiri, dan sebaliknya manajemen keuangan yang buruk akan menghantarkan kepada kehancuran dari sebuah usaha yang besar sekalipun.



Gambar 2 Kegiatan Pendampingan Manajemen Keuangan

Pelatihan yang terakhir yaitu pelatihan terkait pendaftaran dan perolehan akun dari aplikasi *e-commerce* pada aplikasi tokopedia dan lazada. Pelatihan ini diberikan karena mitra dan karyawan termasuk ke dalam usia yang tidak lagi muda karena usia pemilik usaha sudah menginjak 62 tahun dan karyawan adalah ibu-ibu yang usianya 45 tahun ke atas, sehingga mitra tidak mengikuti perkembangan teknologi dengan baik. Seperti kita ketahui bersama teknologi walau banyak memberikan dampak negatif namun tidak sedikit juga manfaat yang dapat diambil dari perkembangan teknologi salah satunya yaitu dapat dijadikan sebagai sarana promosi yang tidak banyak menguras keuangan sebuah usaha khususnya usaha industri kecil atau pun home industri. Pelatihan ini mengajarkan kepada mitra bagaimana mitra dapat mendaftar dan memperoleh akun pada aplikasi *e-commerce* pada aplikasi *online*.

Pengabdian ini tidak hanya memberikan pelatihan namun juga memebrikan sebuah pendampingan kepada mitra keripik pisang di desa Yosodadi Metro Timur. Pendampingan ini diberikan untuk memperkuat dari apa yang telah diterima oleh mitra pada kegiatan pelatihan. Mitra didampingi dalam memasarkan produk pada aplikasi *e-commerce*, hal ini dilakukan karena mitra merasa perlu diberikan pendampingan dalam pengoperasian dalam pemasaran *e-commerce*. Pendampingan ini juga diberikan kepada mitra untuk mitra membukukan kegiatan transaksi penjualan keripik pisang, selama ini mitra tidak memiliki pembukuan yang baik sehingga tidak dapat diketahui pasti keuntungan yang telah diperoleh setelah dipotong dengan biaya operasional produksi.



Gambar 3 Pendampingan *E-commerce*

Dengan dilaksanakan program kemitraan masyarakat ini mitra dapat mampu menyelesaikan apa yang menjadi permasalahannya selama ini, mitra kini telah pendaftaran brand paten sederhana yang nantinya brand mitra tidak dapat diikuti oleh industri lain, dan hal ini dapat memberikan perlindungan usaha yang dimiliki mitra. Selain mitra telah mendaftar brand kini mitra juga telah memiliki pengemasan yang baik dan menarik sehingga memiliki daya tarik bagi konsumen baru hal ini berdasarkan hasil survei yang dilakukan kepada 10 konsumen baru yang dimintai pendapat terkait

pengemasan baru dari produk yang dihasilkan mitra, dimana 9 dari 10 konsumen baru menyatakan bahwa kemasan baru lebih menarik dan lebih menjual, dimana yang awalnya mitra hanya mengemas produknya dengan plastik kini mitra menambahkan kemasan yang lebih baik pada produk dengan paperbag. Dengan penambahan kemasan ini diharapkan akan melindungi produk tidak cepat rusak dan menjadi daya tarik kepada konsumen baru.



Gambar 4 Pelatihan Pengemasan Produk

Selain telah terselesaikan permasalahan brand dan pengemasan pada produk, kini mitra juga telah mengatasi permasalahan pemasaran yang dahulu secara konvensional kini telah memasarkan dengan memanfaatkan produknya pada aplikasi *e-commerce* berbasis *online*, ini menjadi sarana baru bagi mitra untuk mempromosikan kepada khalayak ramai dan luas, tidak terbatas oleh jarak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari program kemitraan masyarakat ini dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pengabdian ini dapat menambah pengetahuan dan ketrampilan mitra keripik pisang di desa Yosodadi metro timur. Hal ini dapat dilihat dari telah terpecahkan permasalahan yang dihadapi mitra terkait brand belum paten, pengemasan yang belum baik, pemasaran konvensional dan manajemen keuangan yang belum baik. Telah terpecahkan permasalahan mitra dengan telah terdaftarnya brand mitra pada brand paten sederhana, dan juga mitra telah memiliki kemasan yang menarik, baik dan aman yang membuat produk mitra menjadi lebih memiliki daya jual yang tinggi.

Berdasarkan hasil survei kepada konsumen baru 9 dari 10 orang mengatakan bahwa kemasan baru membuat produk lebih baik dan menarik. Selain telah terpecahkan permasalahan di atas mitra juga telah memecahkan permasalahan terkait dengan pemasaran yang konvensional kini telah menggunakan *e-commerce* dalam memasarkan

produk yang telah dihasilkan hal ini memberikan dampak positif terhadap omset penjualan produk mitra hal ini berdasarkan data penjualan di bulan juni dan juli yang mengalami peningkatan.

Sarannya yaitu melalui program kemitraan masyarakat ini juga mitra mampu memajemen keuangan dalam home industrinya dengan akuntabel dan berlangsung secara kontinu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada: 1. Mitra program kemitraan masyarakat keripik pisang arjuna di Desa Yosodadi Metro Timur, 2. Ristekdikti yang telah mendanai hibah pengabdian kepada pada masyarakat (PKM)

DAFTAR PUSTAKA

- Aco, A. dan Endang, A. H. 2017. Analisis bisnis e-commerce pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal UIN Alauddin*. 5 (2): 1-8.
- Dwi, M. 2014. Perdagangan elektronik (e-commerce) dalam perspektif islam. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*. 8 (2): 203-208.
- Fahmi, I. 2013. Analisis Laporan Keuangan. Alfabeta, Bandung.
- Harahap, S. S. 2009. Teori Kritis Laporan Keuangan. Bumi Aksara, Jakarta.
- Kamaludin. 2011. Manajemen Keuangan. Mandar Maju, Bandung.
- Maulana. 2015. Implementasi e-commerce sebagai media penjualan online (studi kasus pada toko pastbrik Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 29 (1): 1-9.
- Mumtahana. 2017. Pemanfaatan web e-commerce untuk meningkatkan pemasaran. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer dan Informatika*. 3 (1): 6-15.
- Pradana, M. 2015. Klasifikasi bisnis e-commerce di Indonesia. *Jurnal Modus*. 27 (2): 163-174.
- Sutrisno. 2012. Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi (8thed.). Ekonisia, Yogyakarta.
- Suyanto, M. 2003. E-commerce Perusahaan Top Dunia. Andi, Yogyakarta.