

## Peran Bahasa dalam Bisnis Online di Masa Pandemi Covid-19

**Budi Febriani<sup>1</sup>, Novrihan Leily<sup>2</sup>, Eva Fitria<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas  
Labuhanbatu

E-mail: budifebriani83@gmail.com<sup>1</sup>, novrih4nleily@gmail.com<sup>2</sup>,  
fitriae007@gmail.com<sup>3</sup>

### Abstrak

Bahasa tidak hanya dijadikan sebagai alat komunikasi saja, namun dengan bahasa seseorang akan menuangkan ide gagasan dan pemikiran yang akan ia sampaikan. Tidak hanya di kehidupan sehari-hari namun dalam dunia bisnis bahasa menjadi hal utama yang diperhatikan guna mewujudkan bisnis yang baik dan berhasil. Di masa pandemi covid-19 saat ini banyak aturan baru yang mengharuskan semua orang untuk cepat beradaptasi dengan hal baru tersebut. Mulai dari bekerja di dalam rumah, sekolah di rumah, dan segala aktivitas yang berkaitan di luar rumah sangat dibatasi. Namun masyarakat tidak tinggal diam, dari sinilah bisnis *online* menjadi perhatian dalam mengatasi masalah yang sedang dihadapi. Sebelum adanya pandemi, bisnis *online* sudah diminati masyarakat tetapi semenjak berlakunya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di Indonesia masyarakat banyak beralih ke bisnis *online* hingga mengakibatkan penggunaan teknologi dan internet berkembang sangat pesat. Banyak keuntungan yang didapat dalam bisnis *online* diantaranya yaitu kegiatan yang dilakukan bisa dimana saja dan kapan saja, menghemat waktu dan tenaga, sangat membantu kita pada saat pandemi ini tidak dapat melakukan banyak kegiatan di luar rumah, jangkauannya sangat luas, dapat dilakukan oleh siapa saja, dan membangun bisnis tanpa modal dapat dilakukan, dan masih banyak lagi keuntungan lainnya. Untuk menjadikan bisnis *online* yang dibangun dapat berkembang dengan baik dan sukses maka peran bahasa khususnya bahasa Indonesia menjadi bahasa yang berpengaruh penting dalam hal tersebut. Karena Bahasa Indonesia adalah bahasa pemersatu bangsa, maka akan lebih mudah dipahami oleh seluruh lapisan masyarakat di Indonesia. Oleh karena itu penggunaan bahasa yang baik dan menarik akan menarik perhatian para pelanggan bisnis yang dijalankan.

**Keyword** : *Role, Language, Online Business, Covid-19 Pandemic.*

### Abstract

Language is not only used as a means of communication, but with language a person will express ideas and thoughts that he will convey. Not only in everyday life but in the business world language is the main thing that is considered in order to realize a good and successful business. During the current COVID-19 pandemic, there are many new rules that require everyone to quickly adapt to the new thing. Starting from working inside the home, schooling at home, and all activities related to outside the home are very limited. But people do not stand still, this is where online business becomes a concern in overcoming the problems that are being faced. Before the pandemic, online business was already in demand by the public but since the enactment of PSBB (Large-Scale Social Restrictions) in Indonesia, many people have switched to online business, resulting in the use of technology and the internet developing very rapidly. There are many advantages obtained in online business including activities carried out anywhere and anytime, saving time and energy, very helpful for us during this pandemic not being able to do many activities outside the home, the reach is very wide, can be done by anyone, and building a business without capital can be done, and there are many other advantages. To make an online business that is built can develop well and be successful, the role of language, especially Indonesian, becomes an important influential

language in this regard. Because Indonesian is the unifying language of the nation, it will be easier to understand by all levels of society in Indonesia. Therefore, the use of good and interesting language will attract the attention of the customers of the business being run.

**Keyword** : Role, Language, Online Business, Covid-19 Pandemic.

## PENDAHULUAN

Di era industri 4.0 ini kemajuan teknologi berkembang sangat pesat. Ditandai dengan banyaknya masyarakat yang memiliki kebutuhan dalam menggunakan teknologi dan internet, oleh karena itu perubahan ini berdampak besar pada aspek kehidupan di era digital ini. Terlebih lagi *social media* tidak hanya dijadikan sebagai sarana komunikasi saja, namun dengan berkembang pesatnya teknologi ini banyak dimanfaatkan untuk membangun bisnis di dalamnya.

Pada tahun 2020 tepatnya tanggal 24 Februari Badan Kesehatan PBB (WHO) mengumumkan bahwa Indonesia menjadi salah satu Negara yang ikut terdampak pandemi virus Covid-19. Pandemi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah wabah yang berjangkit serempak di mana-mana, meliputi daerah geografis yang luas dengan kelas kata nomina. Virus corona menjadi suatu masalah baru yang timbul bagi seluruh lapisan masyarakat, tidak hanya di Indonesia saja melainkan di seluruh Negara yang sedang terjangkit virus ini. Pandemi yang mewabah ini mengakibatkan adanya beberapa aturan baru bagi masyarakat di masing-masing Negara yaitu salah satunya untuk mengurangi aktivitas di luar rumah. Hal ini dilakukan sebagai upaya pencegahan dalam meluasnya penularan virus corona. Dampak dari aturan ini menimbulkan banyak kerugian bagi masyarakat, yang biasanya beraktivitas di luar rumah untuk bekerja dan lain sebagainya menjadi terhambat bahkan banyak warga Indonesia yang kehilangan banyak pekerjaan dalam berbagai tingkatannya. Kebijakan ini berlaku hingga pandemi Covid-19 membaik, namun sampai saat ini belum ada cara yang tepat untuk mengatasi penularan wabah ini (Baktiono & Artaya, 2016).

Melihat keadaan yang sedang terjadi, kita dituntut untuk cepat menyesuaikan diri dengan cara kerja yang baru. Dari sinilah masyarakat banyak beralih ke bisnis *online*. Bisnis *online* adalah segala jenis kegiatan ekonomi yang dilakukan melalui media teknologi dan internet (Dicky Nofriansyah, Citrawati Jatiningrum, 2020). Bisnis *online* menjadi salah satu usaha yang sudah banyak dilakukan bagi pengguna internet, karena dengan bisnis *online* ini manusia lebih mudah memenuhi kebutuhan sehari-hari dan bahkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Banyak macam bisnis yang bisa kita bangun, yaitu meliputi kegiatan jual beli, menyediakan jasa secara *online*, dan masih banyak lagi kegiatan bisnis lainnya. Sebelum virus corona ini mewabah bisnis *online* juga sudah banyak diminati. Bisnis yang dikelola secara *online* mampu bertahan dan cocok dipilih dalam situasi dan kondisi seperti ini. Sistem kerjanya sederhana, dapat dilakukan di mana pun dan kapan pun kita inginkan, dapat dilakukan oleh banyak kalangan masyarakat, dan yang paling menarik adalah kita bisa berbisnis tanpa harus mengeluarkan modal sedikit pun (Yamali & Putri, 2020). Berdasarkan berita dari Kompasiana keberadaan bisnis *online* saat ini berkembang sangat pesat yaitu ditandai dengan kenaikan data transaksi toko *online* di Indonesia secara drastis sebesar Rp. 77.766 triliun rupiah. Angka tersebut naik hingga 151% lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Tingginya angka tersebut membuktikan bahwa pemanfaatan teknologi dan internet di masa pandemi ini semakin banyak.

Hal terpenting yang harus diperhatikan dalam berbisnis baik *online* maupun *offline* adalah bagaimana cara berkomunikasi yang baik. Penggunaan bahasa yang di jadikan sebagai alat komunikasi mempunyai peran yang sangat penting dalam mengembangkan bisnis dengan lebih baik. Bahasa yang digunakan dalam berbisnis tidak bisa kita anggap remeh. Tidak hanya antar pebisnis, namun kepada siapa saja yang menjadi sasaran dari bisnis yang sedang dijalankan. Dalam bisnis *online* cara pengungkapan bahasa yang digunakan adalah dengan bahasa tulisan, tak terkecuali bahasa lisan juga dipakai dalam

bisnis secara *online*. Ketika berbisnis pastinya kita akan mempromosikan produk untuk menarik konsumen, oleh karena itu penyampaian bahasa yang baik dan menarik dalam berbisnis sangat berpengaruh. Dari pemikiran dan gagasan manusia itu sendiri akan menghasilkan suatu bentuk bahasa yang diharapkan, oleh karena itu bahasa yang baik tidak akan timbul dengan sendirinya melainkan ada tujuan dari bahasa itu akan sampai kepada siapa sasarannya. Di Indonesia bahasa yang digunakan sebagai bahasa pemersatu adalah Bahasa Indonesia, dan sebagai pebisnis *online* peran bahasa Indonesia sangat berpengaruh dalam pemasaran karena di bidang *online* jangkauannya sangat luas bahkan sampai ke luar negeri. Jika menggunakan bahasa Indonesia maka gagasan atau pemikiran yang kita sampaikan akan mudah dipahami oleh orang lain. Berdasarkan pemaparan tersebut peran bahasa khususnya bahasa Indonesia sangat dibutuhkan dalam pembangunan bisnis *online* di masa pandemi ini. Selain itu, masih banyak peran-peran bahasa yang harus kita ketahui di bidang bisnis *online*, dan akan saya bahas pada penelitian ini.

Bahasa adalah alat komunikasi untuk menyampaikan pikiran, perasaan, dan kemauan dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bunyi ujaran yang dihasilkan oleh alat ucap manusia (Tantawi, 2013). Penggunaan bahasa yang baik dan benar dapat menyampaikan pesan yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari pesan tersebut. Ada dua macam berdasarkan cara penggunaan bahasa yaitu bahasa lisan dan bahasa tulisan. Berbahasa secara lisan merupakan kegiatan berbahasa yang utama, namun bukan berarti berbahasa secara tulisan tidak penting bagi kehidupan manusia. Dari suatu bahasa tulisan dapat diketahui maksud dari isi pikiran orang lain sekalipun orang tersebut mengungkapkan gagasannya pada tempat yang berjauhan dan telah lampau di ungkapkan (Djuharie & Suherli, 2001). Bahasa lisan maupun tulisan ini memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

#### Bisnis *Online*

Kata “bisnis” menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI adalah usaha komersial dalam dunia perdagangan, sedangkan kata “*online*” di sini dalam bahasa Indonesia berarti dalam jaringan atau disingkat “daring” (Husnan, 2015). Jadi dapat disimpulkan bisnis *online* adalah bisnis yang dibangun menggunakan media internet sebagai media pemasaran suatu produk atau jasa. Produk yang dipasarkan berupa produk barang, produk digital, dan jasa. Contoh produk barang adalah pakaian, makanan, elektronik, dan lain-lain. Sedangkan untuk produk digital adalah e-book, video, audio, dan *software*. Untuk jenis jasa dapat berupa desain grafis, pemasangan iklan, jasa penerjemah, dan lain-lain. Itu artinya banyak keuntungan yang dapat dilakukan melalui media internet. Bisnis *online* berbeda dengan bisnis *offline*, banyak keuntungan yang didapat dalam membangun suatu bisnis *online*. Berikut ini beberapa keuntungannya :

1. Proses pemasarannya sederhana  
Untuk pemasarannya tidak ada batas area, berbeda dengan bisnis *offline* yang akan dibatasi oleh banyak hal seperti modal regulasi, tempat usaha, izin resmi, dan lain sebagainya.
2. Bisnis *online* yang dibangun dapat diotomatisasi dengan menggunakan sistem penjualan dan *follow up* yang telah diatur sebelumnya (Timothy, 2010). Contohnya dalam kegiatan jual beli, konsumen ingin langsung membeli barang atau pun melihat stok barang yang dijual tidak harus menghubungi pemilik bisnis, karena di dalam bisnis *online* sudah ada pemberitahuan tentang barang-barang yang masih atau habis. Aplikasi yang digunakan dalam berbisnis online sangat membantu para pebisnis maupun konsumen. Hal ini sangat menguntungkan bagi keduanya yang tidak harus menunggu lama dalam kegiatan di dalam bisnis *online*. Artinya sistem ini akan melayani calon pembeli di seluruh dunia dan di *follow up* secara otomatis dengan menggunakan seluruh sistem yang sudah di setup sebelumnya.
3. Menghemat waktu, biaya dan tenaga
4. Mudah dijalankan di mana saja dan kapan saja  
Biasanya bisnis *offline* hanya dapat dilakukan di satu tempat dan dengan waktu yang sudah terjadwal. Sedangkan kegiatan dalam bisnis *online* dapat kita jalankan sesuai

kemauan kita, 24 jam bisa kita lakukan dan tidak terbatas.

5. Mudah dijangkau  
Bisnis *online* memberikan kemudahan bagi pelanggan. Misalnya ketika ingin berbelanja maka pelanggan cukup mengakses website pada produk yang akan dibeli, selain itu pembelian dapat dilakukan di dalam maupun luar negeri tanpa harus bersusah payah untuk pergi ke toko nya.
6. Tidak ada batasan  
Tidak ada batasan melakukan bisnis *online* karena semua kegiatan dapat diakses di internet kapanpun kita butuhkan.
7. Ramah lingkungan  
Sebagai pebisnis *online* atau pelanggan tidak perlu banyak keluar rumah, otomatis hal ini mengurangi penggunaan bensin pada kendaraan kita.
8. Tidak perlu modal yang banyak, bahkan tanpa modal kita juga bisa membangun bisnis online sendiri.

#### Peran Bahasa Indonesia

Setiap masing-masing Negara pasti memiliki bahasa tersendiri, begitu juga Indonesia. Banyak ragam suku, daerah dan bahasa yang ada Indonesia. Namun bahasa yang dipilih untuk menjadi bahasa nasional adalah bahasa Indonesia (Ritonga, 2010). Oleh karena itu Bahasa Indonesia sangat berperan penting sebagai alat komunikasi di Indonesia. Berikut ini beberapa peran dari bahasa Indonesia :

1. Sebagai alat komunikasi  
Bahasa menjadi hal utama yang dijadikan alat untuk berkomunikasi dengan orang lain baik lisan maupun tulisan. Tanpa bahasa kita akan kesulitan dalam menyampaikan pesan atau maksud dari tujuan yang akan kita sampaikan.
2. Sebagai alat persatuan atau pemersatu bangsa  
Bahasa khususnya bahasa Indonesia dijadikan bahasa pemersatu bangsa Indonesia. Bahasa pemersatu ini. Hal ini sesuai dan tercantum dalam Sumpah Pemuda, yang berarti bahwa bahasa Indonesia berkedudukan sebagai bahasa nasional Negara.
3. Sebagai alat beradaptasi sosial dalam lingkungan atau situasi tertentu  
Pada saat beradaptasi sosial dalam lingkungan pasti membutuhkan satu bahasa yang dapat dimengerti banyak orang. Di Indonesia memiliki banyak ragam suku dan bahasa, jika tidak ada bahasa nasional maka akan mempersulit kita beradaptasi di luar lingkungan kita sendiri. Dan pada saat berada dalam situasi dan kondisi tertentu kita juga bisa menggunakan bahasa formal atau non formal. Contohnya berbicara menggunakan bahasa formal dengan orang yang lebih tua atau orang yang sangat kita hormati. Hal ini tergantung bagaimana kondisi yang sedang kita hadapi.
4. Sebagai alat untuk mengekspresikan diri

#### Masa Pandemi Covid-19

Pandemi adalah wabah yang menyerang hampir di seluruh Negara dunia. Wabah ini dinamakan *corona virus disease* atau covid-19. Virus ini pertama kali di temukan di kota Wuhan tepatnya di Tiongkok pada akhir tahun 2019 dan sudah menyebar ke berbagai Negara hingga saat ini. Gejala umum yang diakibatkan virus corona ini yaitu demam, sesak nafas, hilangnya indra penciuman dan juga perasa. Virus ini dapat menyebar melalui pernapasan yang dihasilkan dari bersin dan pernapasan normal. Jika sudah terpapar virus biasanya akan melakukan penyembuhan hingga 14 hari bahkan lebih. Upaya pencegahan dari virus corona ini antara lain selalu menjaga kebersihan, memakai masker, sering cuci tangan, menutup mulut ketika batuk dan bersin, dan menjaga jarak dengan orang lain. Adanya virus corona ini sangat berdampak pada kegiatan masyarakat, seperti di Indonesia yaitu berdampak pada bidang perekonomian Negara, batalnya jamaah untuk pergi haji dan umrah, impor barang menjadi terhambat, kunjungan para wisatawan mancanegara menurun, banyak pekerja yang dirumahkan, dan masih banyak lagi dampak lainnya (Situmeang, 2018). Virus ini menular dengan sangat cepat, oleh karena itu setiap Negara membatasi kegiatan masyarakat seperti aktivitas di luar rumah yang mengakibatkan kerumunan serta pembatasan perjalanan. Hal ini dilakukan untuk memutus mata rantai penyebaran covid-19.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah cara untuk mendapatkan sebuah data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu penelitian yang tidak menggunakan alat pengukuran, namun dengan cara mendeskripsikan tentang peran bahasa dalam bisnis *online* di masa pandemi covid-19.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peran bahasa dijadikan hal utama dalam keberhasilan dari suatu bisnis yang dijalankan. Di masa pandemi covid-19 ini bisnis menarik perhatian para masyarakat luas terkhusus pada bidang bisnis secara *online*. Walaupun sebelum adanya pandemi, bisnis *online* sudah dikenal dan dijalankan oleh masyarakat. Bisnis yang dibangun secara *online* bukan berarti tidak membutuhkan bahasa untuk menarik para konsumen, justru bahasa sangat berperan penting yaitu sebagai alat promosi dan pemasaran bisnis. Oleh karena itu dalam penyampaian program penjualan hendaknya dengan informasi yang tepat dan dengan bahasa persuasif kepada calon konsumen.

Di Indonesia kita menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa dalam berbisnis, karena bahasa Indonesia sendiri menjadi bahasa nasional atau bahasa pemersatu masyarakat yang memiliki ragam suku dan bahasa. Dalam bisnis online bahasa Indonesia dijadikan sebagai bahasa komunikasi pemasaran. Hal ini mempermudah penyampaian pesan dengan para pebisnis ataupun konsumen dari berbagai daerah. Berikut ini peran bahasa Indonesia dalam bisnis *online* yang dibangun di masa pandemi covid-19 :

### **Sebagai alat komunikasi**

Dalam bisnis *online* bahasa Indonesia di jadikan bahasa untuk komunikasi dan penyampaian sebuah pesan. Seperti periklanan dan promosi penjualan harus dengan bahasa Indonesia yang baik dan persuasif. Jika tidak menggunakan bahasa yang baik maka barang atau jasa yang kita promosikan akan sedikit dan bahkan tidak ada peminat dari calon konsumen untuk membeli barang yang kita jual. Selain itu jika ada para calon konsumen ingin berinteraksi langsung dengan pemilik bisnis dapat dilakukan melalui *chatting*. Dalam penyampaian pesan melalui *chatting* tidak bisa kita anggap remeh, karena bahasa yang baik dan mudah dimengerti si calon konsumen menentukan besar kemungkinan dari mereka akan tertarik dengan produk yang dijual. Hal ini dapat menjunjung tinggi bahasa Indonesia agar tidak tergeser oleh perkembangan zaman dan tidak tertinggal dengan bahasa-bahasa lain yang ada di dunia

### **Sebagai alat persatuan atau pemersatu bangsa**

Bahasa yang kita gunakan dalam berbisnis *online* harus menggunakan bahasa yang dapat dimengerti seluruh masyarakat Indonesia. Jadi bahasa Indonesia menjadi satu-satunya bahasa yang kita ketahui bersama sebagai alat untuk pemersatu bangsa. Jaringan bisnis *online* sangat luas, apabila seorang pebisnis mengiklankan atau mempromosikan produknya tanpa bahasa yang baik dan juga menggunakan bahasa daerahnya sendiri maka para calon konsumen yang tidak mengerti bahasa daerah tersebut tidak akan pernah tertarik dengan barang yang dipromosikan.

### **Sebagai alat beradaptasi sosial dalam lingkungan atau situasi tertentu**

Di masa pandemi covid-19 sekarang ini bisnis yang dibangun secara *online* harus dapat menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan sekitar. Sebagai contoh seorang penjual yang biasanya hanya memasarkan sekitar lingkungan saja namun berkembangnya zaman produk yang dijual bisa sampai ke luar daerah dengan bantuan aplikasi dan penyedia layanan pengiriman barang yang cepat dan mudah ditemukan.

### **Sebagai alat untuk mengekspresikan diri**

Bahasa dimanfaatkan oleh para pebisnis atau pelaku pemasaran untuk

mengungkapkan maksud tentang sebuah produk yang akan dipasarkan. Biasanya para pelaku pemasaran mencari berbagai ide agar produk yang dipasarkan cepat laku dan banyak peminatnya. Misalnya dengan memberikan *giveaway* (hadiah) atau *sale* (potongan harga) untuk calon konsumen maupun pelanggan tetap. Hal ini akan mudah menarik pelanggan dan menjadikan mereka untuk tetap menjadi pelanggan setia yang akan membeli produk-produk yang kita jual belikan. Terlebih dimasa pandemi ini banyak masyarakat yang kesulitan dalam perekonomiannya sehingga dengan adanya barang gratis dan murah namun berkualitas dapat mengurangi pengeluaran untuk biaya hidup mereka sehari-hari. Kesuksesan dalam berbisnis *online* adalah sama halnya dengan bisnis *offline* yaitu mengembangkan suatu ide bagus dari sebelumnya, memiliki sebuah rencana bisnis, dan harus memiliki kepercayaan juga kemampuan pada diri sendiri.

## SIMPULAN

Bahasa merupakan salah satu hal terpenting dalam kehidupan sehari-hari. Jika tidak ada bahasa maka kita pun tidak dapat berkomunikasi dengan orang lain. Sama halnya dengan berbisnis, bahasa berperan penting dalam komunikasi pemasaran antara pebisnis dan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan peran bahasa dalam bisnis *online* di masa pandemi covid-19 sebagai berikut:

1. Bahasa Indonesia menjadi alat komunikasi dengan calon konsumen atau calon pebisnis dari berbagai suku dan daerah.
2. Bahasa Indonesia menjadi bahasa pemersatu, dalam bidang bisnis *online* promosi dan periklanan akan mudah dipahami dan diterima para calon konsumen apabila menggunakan bahasa Indonesia dengan baik dan benar.
3. Bahasa Indonesia dijadikan sebagai alat beradaptasi dengan lingkungan dan situasi tertentu. Seperti perkembangan bisnis *online* di masa covid-19 ini yang biasanya bisnis online hanya sebatas kalangan lingkungan sekitar, kini bisnis *online* yang dibangun bisa di tinjau oleh seluruh masyarakat Indonesia. Selain itu pengiriman barang biasanya diantar oleh pribadi, namun dengan perkembangan zaman dapat dikirim dan diantar oleh pelayanan barang yang ada saat ini.
4. Bahasa Indonesia dijadikan alat untuk mengekspresikan diri dalam pemasaran bisnis *online*, pandemi covid-19 menjadikan masyarakat di Indonesia untuk cepat beradaptasi dengan peraturan baru. Hal ini berdampak pada bidang perekonomian, dengan adanya ide atau gagasan yang bagus dalam pemasaran maka akan mempermudah produk yang dijual dapat diminati oleh banyak masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baktiono, R. A., & Artaya, I. P. (2016). Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online Melalui Pendekatan Uji Categorical. *Journal Manajemen Kinerja*, 53(9), 1689–1699. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/manajemenkinerja/article/download/202/137>
- Dicky Nofriansyah, Citrawati Jatiningrum, M. N. H. S. (2020). *Bisnis Online, Strategi dan Peluang Usaha* (J. Simarmata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Djuharie, O. S., & Suherli. (2001). *Panduan Membuat Karya Tulis*. CV YRAMA WIDYA.
- Husnan, F. (2015). *Buku Pintar Bisnis Online*. PT Elex Media Komputindo.
- Ritonga, P. (2010). *Bahasa Indonesia Praktis*. Bartong Jaya.
- Situmeang, R. R. (2018). Dampak Bisnis Online Dan Lapangan Pekerjaan Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus Jasa Bisnis Online Transportasi Grab Di Kota Medan). *Ajie*, 03(3), 319–335.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Tantawi, I. (2013). *Terampil Berbahasa Indonesia* (D. Widayati (ed.)). Citapustaka Media Perintis.
- Timothy, J. (2010). *Membangun Bisnis Online* (A. M. L (ed.)). PT Elex Media Komputindo.
- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v4i2.179>