



## **PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP KEBERLANGSUNGAN PERDAGANGAN UMKM INDONESIA**

**(Studi Kasus Platform Shopee dan Pasar Tanah Abang)**

**Meli Rizkiyani, Cyndana Putri Kinasih, dan Laela Nur Fahmi**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pekalongan.

[melirizkiyani450@gmail.com](mailto:melirizkiyani450@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Technological developments bring many changes in various fields, one of which is in the economic field. Marketing that was originally carried out conventionally has switched to using a digital platform by utilizing various e-commerce including the Shopee marketplace which has been ranked first by many consumers in 2024. The purpose of this study was to determine the effect of Gamification, Augmented Reality, and Influencer Marketing on Purchasing Decisions in the Shopee application. The population used is ranging from adolescents 17 years to over 25 years who have used the Shopee application and live in Pekalongan. The number of research samples obtained was 39 people. The type of data used in this study is primary data which is done by filling out a questionnaire by respondents online and distributed via a google form link. This study uses quantitative methods and produces findings Gamification has a positive and significant effect on purchasing decisions in the Shopee application, Augmented Reality has a positive and significant effect on purchasing decisions in the Shopee application, Influencer Marketing has no effect on Purchasing Decisions in the Shopee application.*

### **ARTIKEL INFO**

*Keywords:  
E-commerce,  
UMKM,  
Tanah Abang Market*



## I. LATAR BELAKANG DAN TUJUAN

Berakhirnya Perang Dunia II memberikan dampak revolusi yang cukup signifikan. Globalisasi menciptakan ruang kebebasan antar negara di dunia yang membuat ruang lingkup dunia menjadi lebih padat. *E-commerce* muncul sebagai imbas globalisasi di bidang ekonomi dan teknologi. Adanya *e-commerce* memberikan kemudahan dalam berinteraksi dan bertransaksi antara penjual dan pembeli. Di Indonesia terdapat Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mulai ikut menggunakan *e-commerce* sebagai media pemasaran dan transaksi perdagangan. Teori merkantilisme mengemukakan bahwa sebuah negara akan dikatakan kaya dan kuat jika ekspornya lebih besar daripada impor.

UMKM sangat penting bagi perekonomian negara berkembang, salah satunya adalah negara Indonesia. Dengan adanya jaringan internasional dapat memperkuat kegiatan ekspor di Indonesia yang akan mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Namun, terdapat kondisi dimana sumber daya UMKM belum dapat beradaptasi dan memanfaatkan teknologi *e-commerce* dengan efektif. Sebagian besar pelaku UMKM masih memerlukan waktu untuk menyesuaikan diri dengan pesatnya perkembangan *e-commerce*. Sebelum hadirnya *e-commerce* terdapat ketentuan ekspor barang dimana pelaku ekspor dapat mengekspor barangnya hanya dalam jumlah yang besar. Kegiatan ekspor hanya bisa diakses melalui situs *website* ataupun langsung dengan kerjasama antar perusahaan besar. Tidak hanya kebijakan yang menyulitkan pelaku ekspor untuk bergabung ke dalam perdagangan internasional, pelaku ekspor juga kesulitan dalam menemukan *buyer* yang banyak dari mereka meminta bahan baku mentah atau setengah jadi. Selain itu, untuk ekspor sendiri memiliki ketentuan bahwa *output* yang akan diekspor harus mengalami over produksi. *E-commerce* memberikan kemudahan bagi UMKM di Indonesia dalam menjalankan perdagangan baik dalam maupun luar negeri. Indonesia sendiri telah bekerja sama dengan negara lain seperti perjanjian CAFTA yang bertujuan untuk mewujudkan perdagangan bebas antara negara China dan ASEAN. Hal ini dapat memudahkan interaksi antar negara Indonesia dengan negara tetangga.



Shopee adalah salah satu *e-commerce* yang paling terkenal di kalangan masyarakat saat ini. Shopee menjadi hal baru bagi masyarakat Indonesia mulai dari kegiatan jual-beli, transaksi uang elektronik, pemasaran produk, hingga gaya hidup baru yang tadinya *offline* menjadi serba *online*. Hal ini menyebabkan berkurangnya pengunjung di pasar tradisional. Beberapa kasus ada pihak penjual yang malah merasa dirugikan dengan adanya shopee. Seperti kasus yang ada di pasar Tanah Abang tahun 2023.

Pasar Tanah Abang yakni pusat terbesar di Asia Tenggara yang menjual berbagai jenis tekstil, letaknya berada di Jakarta Pusat, Indonesia. Sejak pandemi *Covid* yang terjadi tahun 2019, puluhan toko yang berada di sana terpaksa tutup. Pendapatan yang dihasilkan pun menurun. Situasi semakin diperparah saat kedatangan *e-commerce* yang diduga menjadikan pasar tersebut terlihat mati. Beberapa pedagang meng-*klaim* bahwa adanya produk *e-commerce* dinilai merugikan pemasaran produk UMKM lokal di sana.

Paper ini dibuat dengan tujuan sebagai berikut ini:

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *e-commerce* terhadap keberlangsungan pasar tradisional
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan peluang ekspor UMKM dalam pemanfaatan *e-commerce*

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### Globalisasi

Menurut Zahroni (2015: 3) proses globalisasi dari segi ekonomi yaitu suatu metamorfosa di dalam perekonomian dunia yang bersifat mendasar atau sistematis dan akan berlaku terus dalam laju yang kian pesat mengiringi kemajuan teknologi yang juga prosesnya kian cepat.

Faizah & Suib (2019: 134) menyatakan salah satu impresi globalisasi yang timbul yakni adanya perdagangan bebas. Dengan adanya perdagangan bebas ini, memungkinkan suatu negara dapat melakukan transaksi perdagangan tanpa munculnya kendala.

### *E-Commerce*

*Electronic-Commerce (e-commerce)* atau perdagangan elektronik adalah kegiatan jual beli barang dan jasa melalui jejaring internet. *E-commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana jangkauan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perdagangan tetapi melingkupi juga pengkolaborasian kolega bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan dll (Rehatalanit, 2021)



Perdagangan elektronik adalah bisnis di mana teknologi informasi digunakan untuk menaikkan penjualan, efisiensi bisnis, dan mengadakan dasar bagi produk dan layanan baru (Išoraitė & Miniotienė, 2018)

Bisnis *e-commerce* merupakan jenis bisnis beralas dunia internet yang berpotensi dan serba *modern*, sebab didukung oleh kemajuan teknologi serta industri telekomunikasi dan informasi (Dewi & Yuniar, 2024: 53)

### **UMKM**

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) berperan besar dalam mengembangkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM itu sendiri ialah industri atau usaha milik pribadi/perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No 20 tahun 2008 terkait Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah pasal 1.

### **Shopee**

Salah satu *platform e-commerce* yang marak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Shopee. Bahkan *platform* tersebut menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia saat hendak berbelanja online. Shopee yang merupakan anak perusahaan dari *Sea Limited* atau *Garena* mulai memasuki pasar Indonesia sejak tahun 2015. *Platform* ini menjadi *platform e-commerce* paling populer Indonesia dengan total pengunjung di akhir tahun 2023 mencapai 2,3 miliar. *Platform* Shopee juga menjadi raja *e-commerce* di Asia Tenggara.

### **Ekspor**

Ekspor adalah penjualan suatu produk yang dilakukan oleh suatu negara ke luar negeri dengan tujuan mendapatkan laba dalam bentuk mata uang asing (Fahmi, 2018: 78)

Ekspor merupakan aktivitas mengeluarkan produk dan barang dari dalam negeri ke luar negeri dengan menyesuaikan standar regulasi beserta ketentuan yang ada. Kegiatan ekspor biasanya dilakukan oleh suatu negara yang dapat menghasilkan *output* dalam jumlah besar dan jumlah tersebut sudah tercukupi di dalam negeri (Ramadhan, Wahyuningtiyas, & Mustaqim, 2023: 53)

Ekspor adalah proses mengeluarkan *output* dari wilayah pabean suatu negara keluar wilayah pabean negara yang dituju. Secara sederhana ekspor adalah mengeluarkan *output* dari negara yang ditempati eksportir ke luar negeri. Pengekspor mencakup dari instansi pemerintah, perusahaan bahkan perorangan (Suparmono, 2018: 247)

## **III. METODE PENELITIAN**



Peneliti menggunakan data primer dan sekunder untuk menunjang hasil penelitian. Data primer didapatkan dari berita terkini yang aktual dan penjelasan dari pembelajaran di kelas oleh dosen. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui literatur mandiri dari berbagai *website*, jurnal dan artikel yang terpaut dengan masalah yang hendak diteliti.

Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fakta sosial, yaitu melihat dunia dari yang sesungguhnya, bukan dunia yang semestinya (Walidin, Saifullah, & Tabrani, 2015: 4). Yang mana tidak mencantumkan perhitungan data dan analisis matematis. Peneliti menggunakan paradigma naturalistik dengan pendekatan lewat gambaran dan deskripsi untuk menjelaskan masalah dan pembahasannya.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Hasil

##### **Pengaruh *e-commerce* terhadap keberlangsungan pasar tradisional**

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah Indonesia semakin menyadari bahwa UMKM modern adalah bagian penting dalam menciptakan ekonomi yang maju. Khususnya, UMKM berperan dalam memajukan hubungan antar industri dan penyokong produksi komponen serta suku cadang untuk perusahaan besar lewat mekanisme pasar, sistem subkontrak, dan hubungan tenaga kerja-manajemen alternatif (Nurjaman, 2022: 35)

Awalnya, *e-commerce* muncul untuk digunakan berdagang di dalam negeri. Para pedagang dapat memperluas pasarnya hingga ke seluruh penjuru Indonesia. Sehingga dapat meningkatkan penghasilan masyarakat Indonesia.

Menurut Işoraitè & Miniotiené (2018: 196) Pengguna memiliki ruang elektronik kemampuan untuk membandingkan penawaran dari pedagang yang berbeda mengenai harga, aspek kualitas, dan penilaian kredibilitas penjual. Pengguna dapat mempersonalisasi pembeliannya dan menjauhkan diri dari kriteria subjektif untuk menentukan pilihan produk, seperti persuasi penjual, dugaan pembagian diskon.

Adanya hal tersebut minat masyarakat mengalami perubahan dari yang sebelumnya membeli barang lewat pasar tradisional menjadi hanya menggunakan *e-commerce* tanpa harus bertemu dengan penjualnya. Seperti yang dikatakan oleh Ketua Umum Indonesia Digital *Empowerment Community (Idiec)*, Tesa mengatakan bahwa masalah perdagangan offline disebabkan oleh perubahan perilaku masyarakat (Bisnis, 2023)

Pemerintah telah mengadakan pemberdayaan serta sosialisasi digitalisasi UMKM dan pedagang pasar tradisional guna mengurangi dampak negatif digitalisasi. Kendatipun telah diadakannya pemberdayaan tersebut, pelaku UMKM di pasar tradisional masih mengalami



kesulitan dikarenakan persaingan harga yang semakin tidak sehat di dalam *platform e-commerce*. Banyak produk yang memiliki harga jauh di bawah harga pada umumnya. Sebagian didominasi oleh produk impor. Di sini para pelaku UMKM dan pedagang pasar tradisional tanah abang merasa sangat dirugikan dengan adanya perdagangan *e-commerce*. Salah satu pedagang Tanah Abang yang bernama Anton mengatakan bahwa harga yang dijual di online tidak masuk akal karena terlampau murah. Daster yang dijual di offline biasanya dipatok harga Rp100.000 sedangkan yang dijual di online menjadi Rp39.000 (Kompas, 2023)

Hal tersebut menjadikan omzet penjualan menurun drastis. Tidak sedikit pelaku UMKM yang gulung tikar akibat dari ketidakmampuan dalam persaingan harga tersebut. Keadaan tersebut membuat pelaku UMKM dan pedagang pasar tradisional melakukan aksi protes agar pemerintah menutup perdagangan *e-commerce* supaya kondisi pasar bisa kembali seperti sebelumnya. Akan tetapi penutupan tersebut bukanlah langkah yang tepat untuk mengatasi permasalahan yang terjadi. Sebab, sistem perdagangan Indonesia akan tertinggal jauh dengan arus digitalisasi. Akibatnya, banyak penjual *e-commerce* yang kehilangan mata pencahariannya dan meningkatkan pengangguran. Selain itu, dampak untuk negara juga akan terjadi inflasi besar-besaran. Cara yang paling efektif untuk memperbaiki kasus ini adalah dengan mengatur arus impor itu sendiri. Karena itu, pemerintah mulai mengeluarkan regulasi tegas yang mengatur tentang bea masuk, pajak impor, dan bea cukai yaitu PMK No. 96 Tahun 2023 (Beacukai, 2023)

### **Peluang ekspor UMKM dalam pemanfaatan *e-commerce***

Kemunculan *e-commerce* menjadi hal baru bagi dunia perdagangan. Manfaat yang diberikannya pun sangat terasa jika dilihat dari meningkatnya ekonomi berkelanjutan. Hal ini memberikan peluang besar terhadap UMKM yang sebelumnya hanya berjualan di dalam negeri dapat mengekspansi pasarnya menembus luar negeri. Namun, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menjadikan UMKM *e-commerce* dapat dikembangkan.

Hal utama dalam mengembangkan UMKM *e-commerce* meliputi penyediaan regulasi yang tepat, keterampilan yang memadai, infrastruktur yang baik, dukungan keuangan, dan dukungan dari pemerintah (Nurjaman, 2022: 38)

Teori merkantilisme mengatakan bahwa suatu negara akan dikatakan maju jika nilai ekspornya lebih besar daripada impor. Namun, banyak ahli juga berpendapat jika negara maju adalah negara yang menerapkan konsep *balance of trade*. Dengan begitu,



keberlangsungan ekonomi suatu negara akan mengalami kestabilan. Itu artinya, ekspor merupakan suatu komponen penting dalam memajukan ekonomi sebuah negara.

*E-commerce* Shopee membuka peluang lebar untuk UMKM dalam mengeksport hasil produksinya. Sebelumnya, masyarakat hanya memahami bahwa ekspor merupakan pengiriman produk lokal ke luar dalam jumlah yang besar untuk memasok perusahaan asing. Dengan hadirnya *e-commerce* ekspor ini dapat membantu UMKM untuk mengekspansi pasarnya hingga ke luar negeri tanpa mengharuskan pengiriman produk dalam jumlah besar. Terdapatnya perjanjian bilateral dan multilateral perdagangan Indonesia seperti CAFTA telah menciptakan pasar internasional di Indonesia. Kondisi sekarang adalah peralihan dari *classic commerce* ke *new commerce*. Dalam merintis usaha di *e-commerce* ekspor memerlukan berbagai persyaratan yang tidak mudah, contohnya seperti legalisasi. Namun, persyaratan ini telah dipermudah melalui pemerintah yang telah turut serta mendukung kemenkumham dalam membantu pelaku UMKM mendirikan perseroan terbatas perorangan.

Pemerintah meningkatkan ekspor dengan menjaga ketersediaan bahan baku, menstabilkan harga barang modal, menurunkan tarif, mempermudah lisensi dan perizinan, memperluas pasar ekspor melalui perjanjian perdagangan. Selain itu, ekspor jasa ditingkatkan dengan e-market dan teknologi berbasis internet. Pemerintah yakin Langkah-langkah ini akan meningkatkan tingkat ekspor. (Agustina et al., 2023)

Kemenkumham hanya memasang tarif 50 ribu untuk mengeluarkan legalisasi perseroan terbatas perorangan untuk pelaku UMKM. Dengan begitu, pelaku UMKM akan memiliki branding yang legal serta dapat dipertanggungjawabkan untuk melangkah ke pasar internasional. Tetapi, pelaku UMKM harus jeli dalam menentukan kemana harus membuat legalisasi. Jangan sampai dikarenakan kurangnya informasi menjerumuskan kepada makelar legalisasi yang mematok tarif mahal. Selain itu, pemerintah juga mengeluarkan pengenaan pajak 0% untuk para pelaku ekspor melalui PMK 32/2019 (Pajak, 2024). Hal tersebut diharapkan dapat mendorong UMKM lebih maju ke ranah internasional.

## V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### Kesimpulan

Dari pembahasan yang disampaikan dapat kita ketahui pengaruh *e-commerce* terhadap keberlangsungan pasar tradisional memberikan dampak negatif dalam proses berdagang di pasar tradisional. Contoh masalah perdagangan pasar tradisional terjadi di pasar Tanah Abang dimana para pedagang atau pelaku UMKM dihadapkan pada kerugian yang disebabkan berkurangnya minat masyarakat untuk membeli produk di pasar tradisional.



Dikarenakan adanya gaya hidup baru masyarakat yang cenderung memilih berbelanja di online dan ketidakmampuan dalam bersaing dengan harga produk impor. Mengetahui betapa pentingnya UMKM terhadap pembangunan ekonomi nasional, hadirnya *e-commerce* ekspor ini dapat membantu UMKM untuk mengekspansi pasarnya hingga ke luar negeri. Dengan aturan yang sesuai, kemampuan yang memadai, fasilitas, bantuan finansial, dan bantuan pemerintah.

### **Rekomendasi**

Para pelaku usaha harus beradaptasi dan mengikuti arus digital pada sistem perdagangan, meningkatkan kualitas produk lokal agar mampu bersaing dengan produk asing. Sehingga, para pelaku usaha tidak hanya mengandalkan penjualan tatap muka saja melainkan juga penjualan basis online. Pemerintah harus memberi dukungan lebih kepada UMKM agar UMKM di Indonesia dapat maju ke ranah pasar internasional. Untuk penelitian selanjutnya agar bisa menggunakan informasi yang lebih update dan melampirkan data yang sesuai dengan penelitian.

## **VI. DAFTAR PUSTAKA**

Agustina, S., Astuti, A., Kusumawati, A. C., Rohma, S. M., Aini, N., Oktaviani, D., Salim, M. I. N., Baiti, F. N., Wibowo, R., Nabila, A., & Tambunan, N. (2023). "Pengaruh Ekspor Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia". *Jumek : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif*, Vol 1, No. 1), 118.

Alfarizi, M.K (2023,13 Oktober). Sri Mulyani dan Zulhas Terbitkan Aturan untuk Kurangi Impor dan Lindungi UMKM. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/sri-mulyani-dan-zulhas-terbitkan-aturan-untuk-kurangi-impor-dan-lindungi-umkm>, diakses pada 22 Mei 2024.

Arbi, I.A. (2023, 23 September). Begini "Wajah" Tanah Abang Yang Sepi Pembeli, Banyak Usaha Gulung Tikar Dan Berhenti Beroperasi. [https://megapolitan.kompas.com/read/2023/09/23/09213171/begini-wajah-tanah-abang-yang-sepi-pembeli-banyak-usaha-gulung-tikar-dan#google\\_vignette](https://megapolitan.kompas.com/read/2023/09/23/09213171/begini-wajah-tanah-abang-yang-sepi-pembeli-banyak-usaha-gulung-tikar-dan#google_vignette), diakses pada 22 Mei 2024.

Beacukai. (2023, 13 Oktober). Kemenkeu dan Kemendag Terbitkan Aturan untuk Lindungi UMKM. <https://www.beacukai.go.id/berita/kemenkeu-dan-kemendag-terbitkan-aturan-untuk-lindungi-umkm.html>, diakses pada 22 Mei 2024.

Dewi, D. D., & Yuniar, A. (2024). "Pengaruh Adanya E-Commerce terhadap



- Kesejahteraan Masyarakat Melalui Variabel Pengangguran di Indonesia". *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol 5, No. 3, 1825–1834.  
<https://doi.org/1047467>
- Erniwati. (2023, 06 Februari). Perseroan Perorangan: Kemudahan Mendirikan PT Pribadi Berbiaya Murah. <https://ntb.kemenkumham.go.id/berita-kanwil/berita-utama/5121-perseroan-perorangan-kemudahan-mendirikan-pt-pribadi-berbiaya-murah>, diakses pada 22 Mei 2024.
- Fadli, M.R. (2021). "Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*", Vol 21, No. 1, 35-36.
- Fahmi, I. (2018). *Pengantar Perekonomian Indonesia Teori, Konsep, dan Realita* , 78,(N. A. Basyah (ed.)). Bandung: ALFABETA.
- Faizah, N. H., & Suib, M. S. (2019). "UMKM Dalam Persaingan Di Era Globalisasi Ekonomi". *Upajiwā Dewantara*, Vol 3, No. 2, 127–135.  
<https://doi.org/10.26460/mmud.v3i2.4378>
- Handayani, R, (2024, 3 Januari). Ketentuan dan Syarat Ekspor Jasa Kena Pajak 0 Persen. , <https://www.pajak.com/pajak/ketentuan-dan-syarat-ekspor-jasa-kena-pajak-0-persen/>, diakses tanggal 22 Mei 2024.
- Išoraitè, M., & Miniotienè, N. (2018). "Electronic Commerce: Theory and Practice". *Munich Personal RePec Echive*, 91034, 194–200.
- Nurjaman, K. (2022). "Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia". *Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol 3, No. 1, 34–40.
- Putra, W. 2018. *Perekonomian Indonesia*. Depok: Rajawali Press.
- Ramadhan, T. S., Wahyuningtiyas, N., & Mustaqim, M. 2023. *Understanding The Export And Import Process*. Yogyakarta: EUREKA MEDIA AKSARA.
- Rehatalanit, Y. L. R. (2021). "Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis". *Jurnal Teknologi Industri*, Vol 5, 62.  
<https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jti/article/view/764>
- Suhartanto, C & Anggela, N.L. (2023, 15 Oktober). Penyebab Tanah Abang Sepi, Penutupan Shopee-Lazada Bukan Solusi.  
<https://ekonomi.bisnis.com/read/20231015/12/1704247/penyebab-tanah-abang-sepi-penutupan-shopee-lazada-bukan-solusi>, diakses tanggal 22 Mei 2024.
- Suparmono. (2018). *Pengantar Ekonomi Makro*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.



---

Undang-Undang Republik Indonesia No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah. 4 Juli 2008. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93. Jakarta.

Walidin, W, Saifullah, & Tabrani, Z.A. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory* (M.M (ed.)). Aceh: FTK Ar-Raniry Press.

Zahroni, A. N. (2015). "Globalisasi Ekonomi dan Implikasinya Bagi Negara-Negara Berkembang : Telaah Pendekatan Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol 1, No. 1, 2015.



---

## DATA DIRI TIM

### **Ketua**

Nama : Meli Rizkiyani  
Pendidikan : S1  
Alamat tempat tinggal: Buaran, Pekalongan  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan bisnis  
Universitas : Universitas Pekalongan  
No. Telepon : 085865266486  
Email ; [melirizkiyani450@gmail.com](mailto:melirizkiyani450@gmail.com)

### **Anggota**

Nama : Cyndana Putri Kinasih  
Pendidikan : S1  
Alamat tempat tinggal: Sidoarjo, Jawa Timur  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi & Bisnis  
Universitas : Universitas Pekalongan  
No. Telepon : 087821614131  
Email : putrikina19@gmail.com

### **Anggota**

Nama : Laela Nur Fahmi  
Pendidikan : S1  
Alamat tempat tinggal: kec. Kajen, kab. Pekalongan  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : ekonomi dan bisnis  
Universitas : Universitas Pekalongan  
No. Telepon : 082327490948  
Email : laelanurfahmi2347@gmail.com