

DAFTAR PUSTAKA

- Ailin, T. (2020, September). Mendag Nilai E-Commerce Salah Satu Solusi Ekonomi RI Hadapi Dampak Pandemi. *Merdeka.Com*.
<https://www.merdeka.com/uang/mendag-nilai-e-commerce-salah-satu-solusi-ekonomi-ri-hadapi-dampak-pandemi.html>
- Aprilianti, I., & Dina, S. A. (2021). *Pengaturan Bersama Ekonomi Digital Indonesia*. 30, 1–38.
- Atifi, N. (2018). *Shopee sales surge helps Sea hit record revenue, but net loss widens*. <https://www.techinasia.com/shopee-sales-surge-helps-sea-hit-record-revenue>
- Azzahra, M. H. (2015). *Transaksi Shopee di Indonesia Terbesar di ASEAN*.
<https://swa.co.id/swa/trends/technology/transaksi-shopee-di-indonesia-terbesar-di-asean?terbesar-di-asean>
- Bayu Suryadinata, A. (2020). *Bagaimana Kebijakan Ekonomi Digital oleh Pemerintah Indonesia?* Vultura. <https://vutura.io/blog/bagaimana-kebijakan-ekonomi-digital-indonesia/>
- CEO Shopee Chris Feng: Ada Pemain Berbeda di Tiap Segmen*. (n.d.).
<https://www.jawapos.com/ekonomi/bisnis/17/10/2017/ceo-shopee-chris-feng-ada-pemain-berbeda-di-tiap-segmen/>
- Dhani, A. (2016). Potensi Pasar Digital Indonesia. *Tirto.Id*. <https://tirto.id/potensi-pasar-digital-indonesia-bwwn>
- Dr. Richardus Eko Indrajit. (2002). *Electronic Commerce: Strategi dan Konsep Bisnis di Dunia Maya*.
- Eka, R. (2020). Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia Tahun 2020. *DailySocial.Id*. <https://dailysocial.id/post/perkembangan-ekonomi-digital-indonesia-tahun-2020>
- Ekspostnews.com. (n.d.). *Marak, Pasar Ekonomi Digital Dikaji KPPU, Begini Hasilnya*. <https://ekspostnews.com/marak-pasar-ekonomi-digital-dikaji-kppu->

begini-hasilnya/

eMarketer. (2014). *Internet to Hit 3 Billion Users in 2015*.

Fathimah, I. T. (2020, September). Transaksi Shopee Naik 130 Persen, Raja E-Commerce Indonesia? *Ekonomi Bisnis*.

<https://ekonomi.bisnis.com/read/20200901/12/1285887/transaksi-shopee-naik-130-persen-raja-e-commerce-indonesia>

Fauziah, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop “Shopee” Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 45–53. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.792>

Hadiwinata, B. S. (2006). Bourdieu, Neoliberalisme, Intelektual Dan Gerakan Sosial Global. *Melintas*, Vol 22, No 1 (2006), 471–485.

<http://journal.unpar.ac.id/index.php/melintas/article/view/1008/992>

Hapsari, A. L. (2020). *Digitalisasi di Pasar Rakyat Demi Kemudahan Transaksi*.

<https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/aNradWPK-digitalisasi-di-pasar-rakyat-demi-kemudahan-transaksi>

iPrice. (n.d.). *The Map of E-commerce in Indonesia*.

<https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/en/>

Jackson, R., & Sorensen, G. (1999). *Introduction to International Relations*. Oxford University Press.

Jeffrey A. Frankel. (2000). *Globalization of the Economy*. Cambridge: Harvard University (No. w7858).

Jimenez, N. (2018). *Shopee is now the biggest e-commerce website in Southeast Asia!* <https://www.gizguide.com/2018/12/shopee-is-the-top-e-commerce-website-in-sea.html>

Jurnal Entrepreneur. (n.d.-a). *7 Jenis e-Commerce yang Perlu Anda ketahui!* Perbedaan Mendasar Antara Dua Jenis Bisnis B2B dan B2C

Jurnal Entrepreneur. (n.d.-b). *Globalisasi Ekonomi yang Terjadi dalam 10 Tahun Terakhir*. <https://www.jurnal.id/id/blog/globalisasi-ekonomi-yang-terjadi->

dalam-10-tahun-terakhir/

KKPU. (n.d.). *Algoritma vs Persaingan Usaha*.

<https://kppu.go.id/blog/2021/03/algoritma-vs-persaingan-usaha/>

Lifepal. (n.d.). *Jadi E-commerce Terpopuler, Ini 5 Strategi Shopee yang Bisa*

Ditiru. <https://lifepal.co.id/media/mencontek-5-strategi-shopee-buat-mendongkrak-bisnis/>

M Fakhri. (2002). *Runtuhnya teori pembangunan dan globalisasi*. Penerbit Pustaka Pelajar.

McGrew, A. (2008). *Globalization and Global Politics*.

Michael P. Todaro, S. C. S. (2003). *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*.

Erlangga.

Mylswamy, K. (2016). Digital Economy. *International Journal of*

Multidisciplinary Research and Development, 14–16.

Nurhadi Yasyi, D. (2020). Memprediksi Indonesia yang Bakal Jadi Juara E-Commerce Dunia. *Good News From Indonesia*.

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/07/12/menganalisis-prediksi-bahwa-indonesia-akan-jadi-jajaran-jujara-e-commerce-dunia>

Penetrasi Pasar. (2020). <https://cerdasco.com/penetrasi-pasar/>

Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce. *Klasifikasi Jenis-*

Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia, 9(2), 32–40.

Pressrelease.id. (n.d.). Suharso: Indonesia Pasar Digital Terbesar di Asia Tenggara

dengan Potensi Ekonomi USD 240 Miliar. *Kementrian PPN/ Bappenas*.

<https://pressrelease.kontan.co.id/release/suharso-indonesia-pasar-digital-terbesar-di-asia-tenggara-dengan-potensi-ekonomi-usd-240-miliar>

Rizkinaswara, L. (n.d.). Presiden: Potensi Pasar Digital Kita Sangat Besar.

Kementrian Komunikasi Dan Informatika RI.

<https://aptika.kominfo.go.id/2020/02/presiden-potensi-pasar-digital-kita-sangat-besar/>

- Sandhusen, R. (2008). *Marketing* (N.Y: Barro).
- Santria, T. (2020). Menkop Teten Sebut Penjualan di E-Commerce Tembus 3,1 Juta Transaksi per Hari. *Merdeka.Com*.
<https://www.merdeka.com/uang/menkop-teten-sebut-penjualan-di-e-commerce-tembus-31-juta-transaksi-per-hari.html>
- Shopee. (n.d.). *Tentang Kami*. <https://careers.shopee.co.id/about/>
- Siagian, S. (1982). *Sistem Informasi untuk Pengambilan Keputusan*. PT. GUNUNG aGUNG.
- Sutria, D. (2019). Implementasi Metode Batu Pijar Dalam Pembelajaran Matematika Untuk Meningkatkan Aktifitas Dan Hasil Belajar Siswa Sd Negeri 47 Kota Jambi. *Jurnal Pesona Dasar*, 7(2), 1–9.
<https://doi.org/10.24815/pear.v7i2.14753>
- Vinsensio Dugis. (2016). Teori Hubungan Internasional Perspektif-Perspektif Klasik. In *Neorealisme* (Issue December).
https://www.researchgate.net/profile/Vinsensio_Dugis/publication/321709080_Teori_Hubungan_Internasional_Perspektif-Perspektif_Klasik/links/5a2c36a00f7e9b63e53adfed/Teori-Hubungan-Internasional-Perspektif-Perspektif-Klasik.pdf
- Xendit. (n.d.). *Inilah Sejarah Perkembangan E-commerce di Indonesia*.
<https://www.xendit.co/id/blog/inilah-sejarah-perkembangan-e-commerce-di-indonesia/>
- Zaroni, A. (2015). *GLOBALISASI EKONOMI DAN IMPLIKASINYA BAGI NEGARA-NEGARA BERKEMBANG : TELAAH PENDEKATAN EKONOMI ISLAM*. 1(10), 9–39.