



Community Services Journal (CSJ)

Jurnal Homepage: <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/csji/index>

Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pelestarian Lingkungan di Kelurahan Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar

Ni Luh Putu Indiani*, I.A. Cynthia Saisaria Mandasari, I.B. Agung Dharmaneegara, Ni Made Pratiwi Dewi, Ade Ruly Sumartini

Universitas Warmadewa, Denpasar-Bali, Indonesia

Correspondence e-mail: indi_arca@yahoo.com

How To Cite:

Indiani, N, L, P., Mandasari, I, A, C, S., Dharmaneegara, I, B, A., Dewi, N, M, P., Sumartini, A, R. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pelestarian Lingkungan di Kelurahan Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. *Community Service Journal (CSJ)*, 2 (2), 51-57.

Abstrak

Dengan status ini desa wisata yang disandang, Kelurahan Beng mengemban tanggung jawab yang besar untuk menjaga kelestarian alamnya, yang merupakan daya tarik utama destinasi ini. Permasalahan yang kerap ditemui di daerah destinasi wisata adalah problema sampah sebagai akibat dari bertambahnya kunjungan wisatawan dan kegiatan ekonomi masyarakat. Di samping permasalahan sampah, ekonomi kreatif juga menjadi agenda penting untuk dikembangkan di Kelurahan Beng. UMKM di Kelurahan Beng menawarkan produk yang menarik dan berkualitas baik, untuk memaksimalkan potensi tersebut terutama di era digital saat ini, pengelola UMKM perlu memahami teknik pemasaran digital. Dengan permasalahan yang dihadapi Kelurahan Beng tersebut maka solusi yang ditawarkan adalah sosialisasi kepada warga mengenai pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan manfaat yang diperoleh dari aktivitas tersebut. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik. Sementara itu, untuk meningkatkan kinerja pemasaran digital UMKM, solusi yang diberikan adalah sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pemasaran digital di era saat ini. Pelatihan ini dilaksanakan dengan metode ceramah dan praktik langsung. Keberhasilan kegiatan diukur menggunakan indikator: 1) Target jumlah peserta pelatihan, 2) Ketercapaian tujuan pelatihan, 3) Ketercapaian target materi yang telah direncanakan, 4) Kemampuan peserta dalam penguasaan materi. Tingkat ketercapaian keempat indikator ini menunjukkan nilai rata-rata di atas 75 persen sehingga kegiatan pengabdian ini telah berjalan baik. Kegiatan pelatihan perlu dilanjutkan ke depannya dengan materi lanjutan untuk semakin meningkatkan pemahaman masyarakat dan ketercapaian tujuan kegiatan pengabdian. Sinergi antara pemerintah dan masyarakat dapat meningkatkan efektivitas program penanggulangan sampah dan pengembangan UMKM.

Kata kunci: pengabdian kepada masyarakat, pengelolaan sampah, pengembangan ekonomi kreatif, pemasaran digital

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Beng, Kecamatan Gianyar dengan potensi ekowisata yang dimiliki telah ditetapkan menjadi desa wisata oleh Dinas Pariwisata Gianyar pada pertengahan tahun 2020. Dengan status ini, Kelurahan Beng

mengembangkan tanggung jawab yang lebih besar dari sebelumnya untuk semakin menjaga kelestarian alamnya, yang merupakan daya tarik utama destinasi ini. Wisata alam air terjun menjadi destinasi wisata utama di desa ini, yaitu air terjun Kanto Lampo.

Nama air terjun yang menakjubkan ini diambil dari nama sebuah pohon yang tumbuh di sekitar air terjun. Air Terjun Kanto Lampo terletak di tengah desa, tidak seperti kebanyakan air terjun di Bali Utara yang tersembunyi di balik hutan. Tempat wisata ini sudah dikembangkan dengan baik, terbukti dengan adanya fasilitas-fasilitas yang memadai yaitu: tempat parkir yang luas untuk mobil dan motor, stand kuliner yang permanen dan bersih, tangga menurun menuju air terjun sudah disemen dan nyaman dilewati, loket tiket, toilet untuk mandi dan berganti baju. Air yang mengalir di Kanto Lampo tidak jatuh dengan deras dan lurus. Banyaknya batuan di jalur aliran air Kanto Lampo menyebabkan air mengalir melalui celah batu tersebut. Wisatawan kerap memanjat bebatuan tersebut dan berenang di sungai di bawah air terjun. Tempat ini juga sering dijadikan spot foto oleh para pengunjung. Kanto Lampo banyak dikunjungi wisatawan mancanegara, dan semakin ramai saat akhir pekan.

Permasalahan yang kerap ditemui di daerah destinasi wisata adalah problema sampah yang menumpuk sebagai akibat dari bertambahnya kunjungan wisatawan dan kegiatan ekonomi masyarakat. Kurang dari setengah sampah yang dihasilkan di Bali dibuang dengan benar, baik didaur ulang maupun dikirim ke tempat pembuangan sampah, sementara sisanya dibakar atau dibuang ke alam. Akibatnya, 33.000 ton sampah plastik masuk ke laut setiap tahun. Karena jumlah wisatawan yang terus meningkat dengan kenaikan 10% pada 2018 dari tahun sebelumnya, demikian pula jumlah sampah. Wisatawan menghasilkan 3,5 kali lipat sampah dibandingkan penduduk setempat, menyumbang 13% dari total keluaran sampah (Augustin, 2020). Pemerintah berusaha menemukan keseimbangan antara meningkatkan jumlah wisatawan dan memerangi masalah sampah. Kurangnya sistem pengelolaan sampah yang terpusat, seperti di sebagian besar wilayah Indonesia, menyebabkan sebagian besar sampah dibuang ke darat, sungai, dan laut. Permasalahan ini juga terjadi di Di Kelurahan Beng, di mana sampah tampak bertebaran di objek wisatanya terutama sampah plastik dan kesadaran masyarakat masih rendah terkait pengelolaan sampah.

Di samping permasalahan terkait sampah, ekonomi kreatif juga menjadi agenda penting untuk dikembangkan di Kelurahan Beng. Di Kelurahan ini, terdapat sejumlah UMKM dengan berbagai jenis produk, di antaranya: produk kaos bergambar barong yang merupakan ciri khas Bali. Kelurahan Beng merupakan sentra pembuatan baju kaos barong meski jauh dari kunjungan turis. Baju kaos barong ini, dengan mudah ditemui di pasar seni, obyek wisata pantai atau toko oleh-oleh khas Bali. Selain sebagai souvenir, kaos ini juga sering dikenakan saat berwisata, karena harganya murah dan nyaman dipakai. Di Kelurahan Beng terdapat 15 UMKM kaos barong dan masing-masing sudah memiliki pelanggan tetap, baik di Denpasar, Badung dan pasar seni yang ada di Kabupaten Gianyar. Satu baju kaos dijual dengan harga Rp 20 ribu dengan minimum order 1 kampil (250 pcs). Di samping itu terdapat juga UMKM kuliner babi guling. UMKM ini menyajikan kuliner babi guling dengan cita rasa yang khas Gianyar yaitu rasa yang tajam dengan sambal pedas.

UMKM di Kelurahan Beng ini menawarkan produk yang menarik dan berkualitas baik, untuk memaksimalkan potensi tersebut terutama di era digital saat ini, pengelola UMKM perlu memahami teknik pemasaran digital. Peningkatan pemahaman di bidang ini berpotensi meningkatkan jangkauan pasar produk UMKM yang bermuara pada peningkatan omzet. Visibilitas suatu bisnis di media online dapat secara signifikan meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung atau berbelanja (Indiani et al., 2015). Usaha apa pun, termasuk usaha kecil, perlu memanfaatkan pemasaran digital. Pemasaran digital memberikan banyak peluang

untuk usaha kecil, bahkan usaha yang memiliki anggaran kecil. Manfaat pemasaran digital di antaranya adalah: menjangkau konsumen dimanapun lokasi mereka, memudahkan konsumen menemukan bisnis, memberikan informasi secara real time kepada konsumen, dan memberikan return on investment yang lebih tinggi dibandingkan pemasaran konvensional.

Dengan permasalahan yang dihadapi Kelurahan Beng tersebut maka solusi yang ditawarkan adalah sosialisasi dan edukasi kepada warga mengenai pentingnya pengelolaan sampah yang baik dan manfaat yang diperoleh dari aktivitas tersebut. Program bank sampah juga diimplementasikan untuk meningkatkan partisipasi aktif warga dalam menangani masalah sampah. Bank sampah merupakan konsep pengumpulan dan pemilahan sampah yang melibatkan sistem seperti perbankan, namun yang dihemat bukanlah uang tetapi sampah. Penabung yang disebut juga nasabah memiliki buku tabungan dan dapat meminjam uang yang nantinya akan dibayarkan dengan limbah padat senilai uang yang dipinjam. Sampah yang disetorkan oleh nasabah akan ditimbang dan dinilai dengan sejumlah uang, sampah tersebut nantinya akan dijual di pabrik atau agen daur ulang atau bisa juga diserahkan ke agen upcycling setempat untuk diolah.

Ketentuan mengenai Bank Sampah diatur dalam Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020 tentang Pedoman Pelaksanaan Pengurangan, Penggunaan Kembali, dan Daur Ulang Sampah Melalui Bank Sampah. Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Nomor 13 Tahun 2012 menjelaskan tentang: Definisi bank sampah; Persyaratan, mekanisme, implementasi, dan implementasi Bank Sampah; Hubungan antara bank sampah dengan penerapan 3R (Reduce-Reuse-Recycle). Peraturan tersebut juga menjelaskan mekanisme penanganan sampah di Bank Sampah yang dilakukan oleh petugas pengelola sampah 2 kali dalam seminggu, serta larangan pembakaran sampah dan sangat menganjurkan untuk menjaga kondisi sampah yang disimpan guna mencegah terjadinya masalah, misalnya jentik nyamuk. Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan tahun 2018, di Indonesia sendiri diperkirakan sudah terdapat kurang lebih 8.036 Bank Sampah di 34 provinsi di Indonesia, naik 400 persen jika dibandingkan jumlah bank sampah tahun 2014 ([Bahraini, 2020](#)).

Program bank sampah ini sekaligus memberikan nilai ekonomi bagi warga Kelurahan Beng yang mengumpulkan sampah, karena mereka dapat menukarkan sampah-sampah yang masih dapat diolah kembali ke bank sampah dengan uang atau beras. Dengan insentif ini, diharapkan kesadaran warga semakin meningkat dalam hal pengelolaan sampah.

Sementara itu, untuk meningkatkan kinerja pemasaran digital UMKM produsen kaos barong dan kuliner babi guling, solusi yang diberikan adalah sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya pemasaran digital di era saat ini. Dalam program ini dilakukan pendampingan bagi UMKM dalam membuat akun media sosial dan mengelola akun tersebut untuk keperluan bisnis. Alasan dipilihnya medium sosial media sebagai solusi dalam kegiatan Pengabmas ini karena media sosial dengan cepat menjadi salah satu aspek terpenting dari pemasaran digital, yang memberikan manfaat besar yang membantu menjangkau jutaan pelanggan di seluruh dunia. Jika tidak menerapkan sumber yang menguntungkan ini, bisnis kehilangan peluang pemasaran yang luar biasa, karena media sosial memudahkan penyebaran informasi tentang produk dengan tanpa biaya. Manfaat pemasaran melalui media sosial di antaranya: meningkatkan visibilitas bisnis, hemat biaya, media sosial adalah cara yang baik untuk berinteraksi dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, dan meningkatkan kunjungan ke bisnis ([Indiani dan Fahik, 2020](#)). Melalui pemasaran media sosial, diharapkan produk-produk UMKM ini dapat semakin dikenal masyarakat luas baik nasional maupun internasional, sehingga meningkatkan penjualan UMKM.

2. METODE

Untuk program pengelolaan sampah, metode pelaksanaannya melalui kegiatan sosialisasi dan edukasi kepada warga. Kegiatan sosialisasi pengelolaan sampah diikuti oleh paling 30 orang warga Kelurahan Beng. Adapun yang menjadi nara sumber dalam kegiatan ini adalah pengelola bank sampah dari Denpasar. Peran warga yang baik diharapkan dapat mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan ini. Metode kegiatan yang yaitu ceramah dan demonstrasi. Metode ceramah bervariasi dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Penggunaan metode ini dengan pertimbangan bahwa metode ceramah yang dikombinasikan dengan gambar-gambar, animasi, dan dengan memanfaatkan display, dapat memberikan materi yang relatif banyak secara padat, cepat, dan mudah. Ceramah meliputi ceramah tentang kajian sistem pengelolaan sampah perkotaan dan ceramah tentang mengelola dan mengolah sampah rumah tangga. Metode demonstrasi dipilih untuk menunjukkan suatu proses kerja pengolahan sampah rumah tangga sehingga dapat memberikan kemudahan bagi peserta pelatihan. Tahapan kegiatan yang dilakukan yaitu: 1) Ceramah tentang kajian sistem pengelolaan sampah perkotaan, 2) Ceramah tentang mengelola dan mengolah sampah rumah tangga, 3) Latihan pemilahan sampah, 4) Konsultasi dalam mengatasi beberapa kendala yang dihadapi peserta dalam pengelolaan sampah rumah tangga.

Kegiatan pelatihan kemudian dilanjutkan dengan kegiatan bersih-bersih di objek wisata, dan pendampingan dalam melakukan kegiatan bank sampah. Dalam program pendampingan bank sampah, warga diberikan pelatihan: 1) Memilah sampah yang ada di rumah masing-masing, menjadi sampah organik dan anorganik, 2) Cara menabung sampah anorganik ke bank sampah, 3) Pencatatan oleh bank sampah dan dimasukkan ke Buku Tabungan masing-masing nasabah. Penerapan sistem Bank Sampah ini diharapkan dapat membenahi dan memperbaiki sistem pengelolaan sampah yang dilakukan bersama warga.

Untuk program pemasaran digital, metode pelaksanaan didahului dengan kegiatan sosialisasi dan edukasi pentingnya pemasaran digital, dilanjutkan pendampingan bagi UMKM dalam membuat akun media sosial dan cara pengelolaannya. Pelatihan Digital Marketing ini ditujukan bagi pelaku UMKM agar mampu memanfaatkan perangkat digital dalam melakukan pemasaran. Pelatihan dirancang dengan mata latihan yang paling dibutuhkan para pelaku UMKM yakni melakukan pemasaran secara digital dengan cara yang sederhana, mudah dan murah. Pelatihan ini penting karena kehadiran Teknologi Komunikasi Digital saat ini telah menciptakan perubahan besar pada strategi pemasaran produk dan jasa pada tataran ekonomi global. Teknologi Informasi (IT) terbukti mampu menjalankan tugas pemasaran dengan cepat, berdaya jangkau luar biasa, bisa mengusung banyak konten mulai tulisan, gambar maupun video, interaktif dan murah. Fakta ini terbukti oleh maraknya transaksi online melalui Marketplace, toko online bahkan jual beli melalui Media Sosial. Pemasaran melalui perangkat digital akan sangat membantu UMKM karena memiliki kecepatan, menjangkau area yang luas, menyapa banyak orang dalam sekali klik dan sangat murah dibanding pemasaran konvensional. Pelatihan dirancang agar mudah dikuasai oleh pelaku UMKM dan dapat dioperasikan oleh SDM yang terbatas. Pelatihan mengajarkan berbagai teknik yang dibutuhkan untuk memasarkan produk melalui internet dengan cara yang sederhana, mudah dan bisa dilakukan bahkan oleh satu orang saja, dengan hanya menggunakan handphone.

Materi pelatihan yang diberikan adalah: 1) Teknik Pemasaran Digital, 2) Memfungsikan Media Sosial sebagai media pemasaran, 3) Cara membuat kalimat promosi yang efektif, 4) Cara Memanfaatkan Facebook dan Instagram. Pelatihan ini menggunakan metode: 1) Presentasi, 2) Diskusi, 3) Praktik, 4) Simulasi. Monitoring dilakukan secara reguler untuk mengetahui kendala yang dihadapi UMKM dalam mengelola akunnya,

sekaligus memberikan solusi secara langsung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabmas yang dilaksanakan dengan acara tatap muka dan praktek pengelolaan dan pengolahan sampah berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan tatap muka dengan metode ceramah dan demonstrasi, dilanjutkan dengan latihan atau praktek untuk pemilahan sampah secara benar. Peserta kegiatan berjumlah 30 orang warga Kelurahan Beng. Tema bahasan pokok kegiatan ini antara lain: 1) Ceramah tentang sistem pengelolaan sampah perkotaan, 2) Ceramah tentang mengelola dan mengolah sampah rumah tangga, 3) Latihan pemilahan sampah. Dalam pelaksanaan demonstrasi ini nampak bahwa pengetahuan warga tentang sampah terutama pengelolaan dan pengolahan sampah rumah tangga masih sangat minim. Berbagai pertanyaan diajukan secara antusias oleh para peserta dalam sesi tanya jawab. Secara garis besar inti dari pertanyaan para peserta adalah sebagai berikut: 1) Cara pemilahan sampah rumah tangga secara benar, 2) Cara yang digunakan agar sampah tidak menimbulkan bau ketika akan diolah, 3) Dampak positif dan negatif pengolahan sampah rumah tangga terhadap lingkungan sekitar, 4) Belum adanya pelatihan secara intensif terhadap masyarakat. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan acara resik sampah di air terjun Kanto Lampo.



Gambar 1

Kegiatan pelatihan pemilahan sampah dan resik sampah

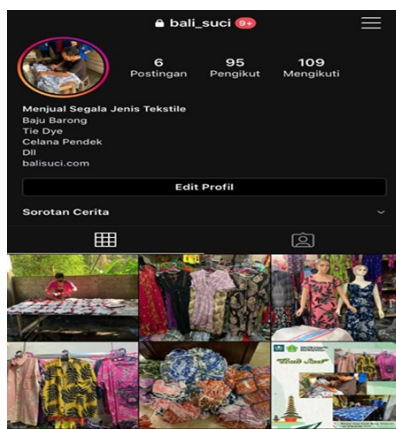
Kegiatan pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan dengan acara tatap muka dan praktek pengelolaan akun media sosial berjalan dengan baik dan lancar. Metode pelaksanaan didahului dengan kegiatan sosialisasi dan edukasi pentingnya pemasaran digital, dilanjutkan pendampingan bagi UMKM dalam membuat akun media sosial dan cara pengelolaannya. Peserta kegiatan berjumlah 3 UMKM. Bahasan pokok kegiatan ini antara lain: 1) Teknik Pemasaran Digital, 2) Memfungsikan Media Sosial sebagai media pemasaran, 3) Cara membuat kalimat promosi yang efektif, 4) Cara Memanfaatkan Facebook dan Instagram. Dalam pelaksanaan demonstrasi ini nampak bahwa pengetahuan warga tentang sampah terutama pengelolaan dan pengolahan sampah rumah tangga masih sangat minim. Berbagai pertanyaan diajukan secara antusias oleh para peserta dalam sesi tanya jawab. Secara garis besar inti dari pertanyaan para peserta adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana agar semakin banyak konsumen yang menyimak konten media sosial, 2) Bagaimana cara membuat konten yang menarik, 3) Bagaimana membuat program promosi yang menarik, 4) Bagaimana cara mengelola budget pemasaran digital. Kegiatan ini dilanjutkan dengan praktik pengelolaan media sosial untuk pemasaran digital. Monitoring dilakukan secara reguler untuk mengetahui kendala yang dihadapi UMKM dalam mengelola akunnya, sekaligus memberikan solusi secara langsung.



Gambar 2

UMKM Kaos Barong dan Kuliner Babi Guling

Hasil kegiatan Pengabmas secara garis besar mencakup beberapa komponen yaitu: 1) Keberhasilan target jumlah peserta pelatihan, 2) Ketercapaian tujuan pelatihan, 3) Ketercapaian target materi yang telah direncanakan, 4) Kemampuan peserta dalam penguasaan materi. Target peserta pelatihan pengelolaan sampah seperti direncanakan sebelumnya adalah paling tidak 30 warga, dalam pelaksanaannya, kegiatan ini diikuti oleh 30 orang peserta. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta tercapai. Ketercapaian tujuan pelatihan pengelolaan dan pengolahan sampah secara umum sudah baik, namun keterbatasan waktu yang disediakan mengakibatkan tidak semua materi tentang persampahan dapat disampaikan secara detail. Banyak di antara materi yang hanya disampaikan secara garis besar, sehingga sangat memungkinkan peserta kurang paham dalam sistem mengelola dan mengolah sampah rumah tangga secara keseluruhan dengan benar. Namun dilihat dari hasil yang dicapai dengan waktu singkat (sehari), peserta dapat mempraktekkan secara sederhana metode pengelolaan sampah, maka hasil yang telah dicapai dapat dinilai cukup baik. Ketercapaian target materi pada kegiatan Pengabmas ini cukup baik, karena materi pelatihan telah dapat disampaikan secara keseluruhan. Kemampuan peserta dilihat dari penguasaan materi dinilai sudah cukup baik. Secara keseluruhan kegiatan pelatihan dan sosialisasi pengelolaan sampah rumah tangga dianggap berjalan dengan berhasil dan lancar. Keberhasilan ini selain diukur dari keempat komponen di atas, juga dapat dilihat dari kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan.



Gambar 3

Akun Media Sosial yang dikelola oleh UMKM

Target peserta pelatihan pemasaran digital seperti direncanakan sebelumnya adalah dua UMKM, dalam pelaksanaannya, kegiatan ini diikuti oleh dua UMKM. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa target peserta tercapai. Ketercapaian tujuan pelatihan pemasaran digital secara umum sudah baik, UMKM dapat mempraktekkan pengelolaan akun media sosial untuk pemasaran digital, maka hasil yang telah dicapai dapat dinilai cukup baik. Ketercapaian target materi pada kegiatan Pengabmas ini cukup baik, karena materi pelatihan telah dapat disampaikan secara keseluruhan. Secara keseluruhan kegiatan pelatihan pemasaran digital dianggap berjalan dengan berhasil dan lancar. Kegiatan pengabdian ini juga menghasilkan video promosi produk UMKM Desa Beng yang telah ditayangkan di youtube dengan link: <https://youtu.be/ebL3RJo9KsI>.

4. SIMPULAN

Berdasarkan tujuan dan hasil yang telah dibahas di atas, maka dapat diperoleh kesimpulan yaitu: 1) Untuk mengurangi permasalahan sampah diperlukan sejumlah upaya di antaranya adalah dengan cara meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pengelolaan sampah sehingga sebagian sampah rumah tangga dapat diolah kembali. 2) Program bank sampah yang dilaksanakan dimasyarakat melengkapi program ini sehingga memperoleh hasil yang lebih baik. 3) Pemasaran digital membantu UMKM untuk mengembangkan usahanya dan untuk tetap bertahan di masa pandemi saat ini, 4) Pemasaran digital membantu UMKM agar produknya dapat dikenal oleh semakin banyak konsumen. Berdasarkan kesimpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan yaitu: 1) Kegiatan pelatihan pengelolaan sampah perlu dilanjutkan ke depannya dengan materi-materi lanjutan sehingga semakin mengurangi permasalahan sampah, 2) diperlukan pengelolaan sampah yang tersentralisasi untuk mengurangi permasalahan sampah, 3) Kegiatan pelatihan pemasaran digital perlu dilanjutkan ke depannya dengan materi-materi lanjutan seperti pemasaran di emarketplace untuk membantu UMKM semakin mengembangkan usahanya, 4) Pemerintah dapat membantu UMKM mempromosikan produknya di media sosial dan website milik pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Augustin, J. 2020. In Bali, young people lead the fight as a plastic plague threatens paradise. Retrieved 2 Sept 2020. Available online at: <https://news.mongabay.com/2020/02/in-bali-young-people-lead-the-fight-as-a-plastic-plague-threatens-paradise/>
- Bahraini, A. 2020. Waste Bank to Support Indonesia Clean-from-Waste 2025. Retrieved 2 Sept 2020. Available online at: shorturl.at/bwDZ5.
- Indiani, N. L. P., Rahyuda, I. K., Yasa, N. N. K., Sukaatmadja IPG. 2015. Perceived risk and trust as major determinants of actual purchase, transcending the influence of intention. *ASEAN Marketing Journal*, 7(1), 1–13.
- Indiani, N.L.P., dan Fahik, G.A. 2020. Conversion of online purchase intention into actual purchase: the moderating role of transaction security and convenience. *Business: Theory and Practice*, 21(1): 18-29.