

## **Analisis Pemanfaatan Website E – Commerce Dalam Mendukung Ekspansi Start-Up Butik Rengganis Ke Pasar Internasional**

**Fityah Wafa Amtulloh<sup>1\*</sup>, Ida Jalilah Fitria<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

\* E-mail Korespondensi: Fityah10121701@digitechunivercity.ac.id

### **Information Article**

*History Article*

*Submission: 28-07-2025*

*Revision: 09-09-2025*

*Published: 26-11-2025*

### **DOI Article:**

[10.24905/mlt.v6i2.178](https://doi.org/10.24905/mlt.v6i2.178)

### **A B S T R A K**

Meningkatnya tren digitalisasi mendorong pelaku usaha, termasuk *Startup* lokal seperti Butik Rengganis, untuk memanfaatkan *Website E-commerce* sebagai sarana ekspansi pasar internasional. Sejak pengoperasian *Website* secara aktif, terlihat peningkatan penjualan dari berbagai negara seperti Singapura, Australia, hingga Inggris. Dalam prosesnya, masih ditemukan berbagai kendala teknis dan non-teknis, seperti keterbatasan SDM, promosi digital yang belum optimal, serta tantangan dalam pengelolaan logistik lintas negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *Website E-commerce* dalam mendukung ekspansi pasar internasional pada *Startup* Butik Rengganis. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada pihak internal Butik Rengganis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Website* Rengganis.id memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung proses ekspor melalui kemudahan sistem pembayaran internasional seperti *PayPal* dan *Xendit*, penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa utama *Website*, serta layanan pelanggan yang cepat dan responsif. Selain itu, adanya penyesuaian produk terhadap permintaan konsumen internasional menjadi strategi adaptif yang mendorong loyalitas pasar luar negeri. Namun demikian, terdapat beberapa tantangan teknis seperti kendala pembayaran (*payment pending*) serta tantangan non-teknis seperti keterbatasan sumber daya manusia dan pengelolaan logistik.

**Kata Kunci:** Butik Rengganis, *E-commerce*, Ekspansi Internasional, *Website*.

### **A B S T R A C T**

*The growing trend of digitalization has encouraged businesses, including local startups such as Butik Rengganis, to utilize E-commerce websites as a means of expanding into international markets. Since the active operation of the website, there has been an increase in sales from various countries such as Singapore, Australia, and the United Kingdom. However, various technical and non-technical challenges have been encountered, including limited human resources, suboptimal digital promotion, and challenges in cross-border logistics*

### **Acknowledgment**

---

*management. This study aims to analyze the utilization of E-commerce websites in supporting international market expansion for the Butik Rengganis startup. The research method used is a descriptive qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews with internal parties at Rengganis Boutique. The research results indicate that the Rengganis.id website has made a significant contribution to supporting the export process through the ease of international payment systems such as PayPal and Xendit, the use of English as the primary language of the website, and fast and responsive customer service. Additionally, product adaptation to meet international consumer demand serves as an adaptive strategy that fosters loyalty in foreign markets. However, there are several technical challenges, such as payment issues (payment pending), as well as non-technical challenges like limited human resources and logistics management.*

**Keyword:** *Butik Rengganis, E-commerce, International Expansion, Website*

---

© 2025 Published by multiplier. Selection and/or peer-review under responsibility of multiplier

## PENDAHULUAN

Kemajuan dalam dunia bisnis, khususnya di sektor e-commerce atau perdagangan elektronik, telah secara signifikan mengubah cara masyarakat berbelanja. Kini, belanja tidak hanya sebatas transaksi pembelian barang secara daring, tetapi juga mencakup transformasi menyeluruh terhadap pengalaman berbelanja berkat perkembangan teknologi. Salah satu faktor utama yang mendorong lonjakan e-commerce dalam beberapa tahun terakhir adalah pandemi COVID-19. Saat pandemi terjadi, pembatasan sosial dan penutupan toko fisik membuat konsumen beralih ke platform belanja online untuk memenuhi kebutuhan mereka, mendorong percepatan adopsi e-commerce bahkan di kalangan yang sebelumnya belum tertarik.

E-commerce kini telah menjadi tren baru dalam dunia perdagangan. Aktivitas belanja tidak lagi terbatas pada toko fisik di sekitar lingkungan atau pusat perbelanjaan. Dengan hadirnya e-commerce, lanskap bisnis telah mengalami perubahan besar. Konsumen kini dapat berbelanja dengan mudah dari rumah, dan di sisi lain, pelaku usaha memperoleh akses yang lebih luas terhadap pasar global dan peluang bisnis yang lebih besar (Ilmu Keuangan, 2024).

*E-commerce* telah menjadi salah satu alat utama dalam memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional bisnis, terutama bagi *Startup* yang ingin menjangkau audiens global. Dalam konteks ini, "Startup Butik Rengganis" yang berfokus pada penjualan produk

Fashion lokal bisa mendapatkan manfaat besar dengan memanfaatkan pemanfaatan *Website E-commerce* untuk menjangkau pasar internasional. Analisis ini akan mengkaji bagaimana pemanfaatan pada *Website E-commerce* dapat mempengaruhi ekspansi bisnis butik Rengganis ke pasar internasional.



**Grafik 1. Penjualan Produk Fashion**

sumber : Dokumen Perusahaan, Data diolah, (2025)

Berdasarkan tabel diatas terlihat grafik menunjukkan adanya peningkatan penjualan fasihon Butik Rengganis dari tahun 2022 hingga 2024. Pada tahun 2022, penjualan tercatat sebanyak 902 unit, meningkat 923 unit pada tahun 2023, dan kembali naik ke 957 unit pada tahun 2024.

Meskipun terjadi kenaikan setiap tahunnya, laju pengkatan terbilang belum signifikan. Hal ini menunjukan bahwa pemanfaatan *Website E-commerce* mulai menunjukan kontribusi terhadap pertumbuhan penjualan, namun belum cukup kuat untuk menghasilkan lonjakan besar dalam ekspansi pasar. Hal ini dapat disebabkan oleh keterbatasan strategi digital, kurangnya optimalisasi promosi lintas negara, serta belum maksimalnya adaptasi terhadap prefensi pasar global.

Pasar internasional menawarkan potensi besar bagi Butik Rengganis untuk memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Namun tantangan yang dihadapi banyak *Startup* termasuk Butik Rengganis, adalah keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, dan kemampuan bersaing dengan pemain besar di pasar global. Oleh karena itu, pemanfaatan pada *Website E-commerce* menjadi kunci utama yang dapat membantu Butik Rengganis menembus batas geografis dan mengatasi kendala dalam memperkenalkan produknya ke pasar internasional, pemanfaatan *Website E-commerce*. Melihat dari latar belakang tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana inovasi pada *Website E-commerce* dapat mendukung ekspansi Butik Rengganis ke pasar Internasional dan faktor apa saja yang perlu

diperhatikan dalam proses tersebut.

## METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Berdasarkan pendapat Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2020:7), metode penelitian deskriptif kualitatif melibatkan pengumpulan data berupa kata-kata atau gambar, tanpa fokus pada angka. Data yang diperoleh kemudian dijelaskan dan dijelaskan agar dapat dipahami oleh orang lain. Dalam penelitian ini, penulis berusaha mencatat, menganalisis, dan menafsirkan kondisi yang ada. Hal ini mencakup pengumpulan informasi mengenai kondisi medis sebelumnya, termasuk variabel-variabel penting yang relevan dengan penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan, yaitu dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi untuk meggali informasi dari butik rengganis. Analisis data dalam penelitian kualitatif pada dasarnya bersifat deskriptif. Proses ini dimulai dengan menge-lompokkan data yang memiliki kesamaan, diikuti dengan interpretasi untuk memahami makna setiap subaspek serta hubungan di antara mereka. Selanjutnya, analisis atau interpretasi dilakukan secara menyeluruh untuk menggali pemahaman mengenai keterkaitan antara berbagai aspek yang menjadi fokus penelitian

## HASIL

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan bahwa pemanfaatan *Website Rengganis.id* memberikan kontribusi signifikan terhadap ekspansi pasar internasional. *Website* ini telah dilengkapi dengan sistem pembayaran internasional seperti *PayPal* dan *Xendit* yang memfasilitasi proses transaksi lintas negara. Selain itu, penggunaan antarmuka berbahasa Inggris serta ketersediaan fitur pendukung seperti *chat Whatsapp*, FAQ, dan sistem pelacakan pesanan turut meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan konsumen global.

Peningkatan permintaan dari pasar internasional juga tercermin dari adanya perubahan preferensi konsumen setelah penggunaan *Website* secara aktif. Hal ini ditunjukkan melalui permintaan modifikasi produk sesuai kebutuhan pelanggan asing, seperti perubahan desain pakaian. Fleksibilitas Butik Rengganis dalam menyesuaikan produk dengan keinginan konsumen menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik dalam konteks lokalisasi produk untuk pasar global.

Selain itu, strategi promosi melalui media sosial, khususnya Instagram, yang diarahkan langsung ke *Website* Rengganis.id terbukti efektif dalam menarik pembeli dari luar negeri. Walaupun belum memanfaatkan iklan berbayar secara luas, pendekatan ini telah menghasilkan peningkatan penjualan yang signifikan dalam tiga tahun terakhir. Dengan demikian, pemanfaatan *Website* Rengganis.id tidak hanya berperan sebagai kanal transaksi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam mendukung ekspansi pasar internasional secara berkelanjutan.

Meskipun terdapat kemungkinan kendala teknis seperti *payment pending* atau informasi rekening yang tidak muncul saat transaksi, *Website* telah menyediakan solusi melalui ketersediaan informasi kontak pelanggan. Tim admin Butik Rengganis secara proaktif menghubungi konsumen dan memberikan panduan transaksi manual sebagai alternatif. Hal ini menunjukkan adanya sistem pelayanan yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan pelanggan internasional, serta komitmen dalam menjaga kelancaran proses pembelian lintas negara.

Pemanfaatan *Website* Rengganis.id memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perluasan pasar internasional. Meskipun penjualan melalui *Website* masih tergolong standar jika dibandingkan dengan kanal lain seperti toko *offline* atau *marketplace* lokal, *Website* ini telah berhasil menjangkau konsumen global dari berbagai negara, seperti Singapura, Malaysia, Thailand, Australia, Inggris, Prancis, dan Arab Saudi. Hal ini menunjukkan bahwa *Website* berfungsi sebagai media utama dalam penetrasi pasar luar negeri.

Selanjutnya, terdapat indikasi yang kuat mengenai tren peningkatan penjualan internasional sejak *Website* mulai dioptimalkan secara aktif. *Website* dianggap sebagai sarana yang lebih efektif dibandingkan media sosial saja dalam mendukung transaksi lintas negara, karena mampu menyajikan informasi produk secara komprehensif, menyediakan fitur pembayaran internasional, serta menjembatani komunikasi antara penjual dan konsumen global.

Sementara itu, penjualan tertinggi secara keseluruhan masih didominasi oleh toko *offline*, didukung oleh keberadaan pelanggan loyal sejak tahun 2010. Di sisi lain, kanal *marketplace* seperti Shopee belum dimaksimalkan secara optimal, disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia serta strategi harga yang masih dalam tahap evaluasi. Hal ini menegaskan bahwa peran *Website* saat ini lebih difokuskan sebagai alat strategis dalam mendorong ekspansi pasar internasional, sedangkan toko *offline* tetap menjadi tulang punggung penjualan domestik.

Tantangan dalam menyesuaikan *Website* Rengganis.id untuk pasar global mencakup aspek teknis seperti kendala pada sistem pembayaran internasional (*payment pending*) dan belum dioptimalkannya iklan melalui *Website*. Dari sisi non-teknis, keterbatasan stok dan sumber daya manusia menjadi hambatan utama, serta adanya risiko kesalahan operasional seperti kelalaian pengiriman produk.

Kendala bahasa diatasi dengan bantuan alat penerjemah dan kolaborasi internal, sementara masalah konversi mata uang terselesaikan melalui penggunaan sistem pembayaran seperti *Xendit*. Sistem logistik juga berjalan baik berkat fitur pelacakan pengiriman. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat tantangan, tim mampu melakukan adaptasi yang efektif untuk mendukung kelancaran operasional internasional.

*Website* juga berperan penting dalam mendukung strategi *soft entry*, seperti partisipasi dalam pameran internasional yang difasilitasi oleh Disperindag serta kolaborasi dengan publik figur. Keberadaan *Website* memungkinkan akses langsung ke produk setelah eksposur media, sehingga memperkuat daya jangkau pasar global secara efektif.

Penyesuaian konten, desain, dan produk pada *Website* Rengganis.id dilakukan secara fleksibel berdasarkan permintaan konsumen internasional, dengan tetap mempertahankan model produk utama. *Website* juga mendukung pengalaman belanja global melalui sistem pembayaran internasional seperti *PayPal* dan *Xendit* yang mampu mengakomodasi berbagai mata uang. Selain itu, kendala bahasa diatasi dengan fitur penerjemah dan dukungan langsung dari tim internal yang memiliki kompetensi bahasa asing, sehingga interaksi dengan pelanggan dari berbagai negara dapat berjalan efektif.

## Pembahasan

### **Pemanfaatan *Website E-commerce* dalam mendukung ekspansi pasar internasional oleh *Startup Butik Rengganis***

*Website E-commerce* Rengganis.id memiliki dampak yang signifikan terhadap ekspansi pasar internasional *Startup Butik Rengganis*. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan produk, tetapi juga sebagai alat strategis untuk mejangkau konsumen global secara langsung. Dengan fitur pembayaran internasional seperti *PayPal* dan *Xendit*, penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa utama situs, serta sistem komunikasi dan pelacakan pengiriman yang mendukung transaksi lintas negara, *Website* ini mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan konversi pembelian dari berbagai negara.

Berdasarkan pembahasan diatas, berikut adalah pernyataan yang mendukung pembahasan. Menurut (*PayPal*:2024) dalam judul artikel “*impact of cross border marketing strategies*” studi *PayPal* menyoroti bahwa penggunaan *PayPal* sebagai metode pembayaran dapat meningkatkan konversi di pasar Internasional. Pengguna *Website* juga memungkinkan personalisasi produk sesuai dengan permintaan konsumen internasional, yang menunjukkan fleksibilitas Butik Rengganis dalam beradaptasi dengan preferensi pasar global. Selain itu, *Website* berperan penting dalam mendukung strategi *soft entry* melalui kllaborasi dengan influencer dan partipasi dalam pameran internasional, sehingga menciptakan peluang promosi yang lebih luas

### **Tantangan yang dihadapi dalam memanfaatkan *Website E-commerce* untuk menembus pasar internasional**

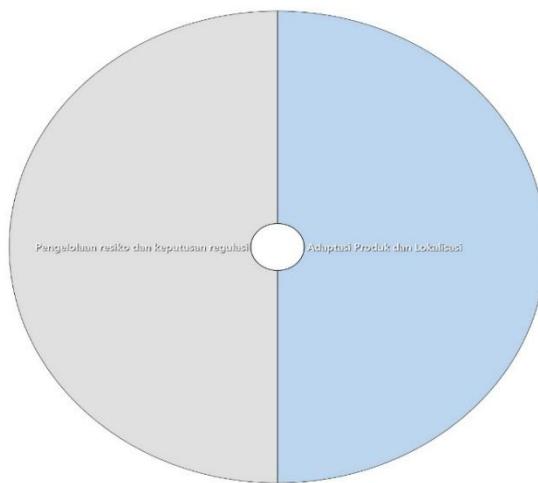
Secara teknis, kendala utama terletak pada sistem pembayaran internasional. Beberapa transaksi mengalami payment pending akibat rekening yang tidak terbaca oleh sistem pelanggan luar negeri. Selain itu, *Website* belum didukung oleh sistem pemasaran digital yang optimal seperti iklan berbayar (*paid ads*), sehingga daya jangkau promosi bergantung pada media sosial seperti Instagram dan tidak langsung dari *Website* itu sendiri. Tantangan lain mencakup kebutuhan untuk memastikan keamanan data dan transaksi pelanggan internasional, yang sejauh ini masih ditangani oleh penyedia layanan *payment gateway*, namun tetap memerlukan pengawasan dan pembaruan sistem berkala.

Berdasarkan pembahasan diatas, berikut adalah pernyataan yang mendukung pembahasan. Menurut (Puskomedia Indonesia:2024) pada kendala sistem pembayaran internasional, integrasi sistem pembayaran internasional sering menghadapi tantangan seperti perbedaan mata uang, regulasi antarnegara, dan validasi rekening bank yang tidak terbaca oleh sistem. Hal ini dapat menyebabkan transaksi tertunda atau gagal, yang berdampak pada kepuasan pelanggan internasional. Menurut (Habib:2023) dengan judul “Strategi Pemasaran Digital yang Efektif untuk Meningkatkan Penjualan *E-commerce* Anda” Ketergantungan pada media sosial tanpa dukungan iklan berbayar membatasi jangkauan promosi. Strategi pemasaran digital seperti, email marketing, dan iklan berbayar dapat meningkatkan visibilitas dan konversi penjualan di pasar internasional.

Secara non-teknis, keterbatasan sumber daya manusia menjadi kendala utama. Tim pengelola *Website* masih terbatas, sehingga tugas-tugas seperti pengelolaan konten, pengolahan pesanan internasional, sehingga layanan pelanggan dilakukan oleh individu-

individu yang merangkap peran. Selain itu, terdapat tantangan dalam pengelolaan stok dan logistik, termasuk resiko kesalahan pengiriman atau keterlambatan pengemasan yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan global

### Hasil Analisis Menggunakan Nvivo



**Gambar 1. hasil visualisasi diagram**

Visualisasi data dalam bentuk diagram cakram (disk chart) yang dihasilkan dari analisis menggunakan NVivo menunjukkan adanya dua tema utama yang memiliki porsi yang seimbang dalam penelitian ini. Kedua tema tersebut adalah "Penyelesaian Risiko dan Keputusan Regulasi" serta "Adaptasi Produk dan Lokalisasi".

Tema penyelesaian risiko dan keputusan regulasi muncul dari pernyataan informan yang menggambarkan bagaimana pihak terkait menghadapi kendala-kendala saat menjalankan penjualan melalui *Website E-commerce*. Risiko-risiko tersebut berkaitan dengan hal-hal teknis maupun proses pengambilan keputusan di lapangan yang sifatnya praktis dan kontekstual.

Sementara itu, tema adaptasi produk dan lokalisasi muncul dari bagaimana proses penyesuaian dilakukan dalam menampilkan produk, pengaturan bahasa, serta konten di *Website* agar bisa dipahami dan diterima oleh konsumen luar negeri. Hal ini tercermin dari pengalaman langsung yang disampaikan oleh para informan selama proses ekspansi pasar berlangsung.

Temuan ini memperlihatkan bahwa pembahasan dalam penelitian ini tidak bersifat umum atau teoritis, melainkan berdasarkan pada data empiris dari hasil wawancara yang

dilakukan langsung di lokasi penelitian. Kedua tema yang muncul merupakan representasi dari kondisi nyata dan strategi yang dilakukan oleh pihak yang diteliti dalam memanfaatkan *Website E-commerce* untuk menjangkau pasar internasional.

## SIMPULAN

*Website E-commerce* Rengganis.id terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap upaya ekspansi pasar internasional yang dilakukan oleh *Startup* Butik Rengganis. Pemanfaatan *Website* juga mendukung fleksibilitas dalam menyesuaikan produk dengan preferensi pasar global, memperkuat strategi soft entry melalui kolaborasi dengan influencer serta partisipasi dalam ajang internasional, dan menyediakan pengalaman belanja lintas negara yang relevan dan adaptif. Tantangan utama terletak pada sistem pembayaran internasional yang belum optimal, terbatasnya pemasaran digital langsung dari *website*, serta perlunya peningkatan keamanan dan pengawasan sistem transaksi pelanggan luar negeri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, S., Harefa, A. T., Isnaini, S., Raehana, S., Mardikawat, B., Laksono, R. D., . . . Muslim, F. (2024). *BUKU AJAR METODE PENELITIAN KUALITATIF*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Annisa. (2025). Apa itu *Website* ? Fungsi, Jenis dan Manfaatnya dalam era digital. *Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*.
- Apridiandini, K. (2021). *Repository.stei.ac.id*, 9.
- Hendra Ibrahim, I. R. (2025). Startegi Ekspansi Perusahaan Global di pasar Internasional :Analisis dan Tantangannya. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*.
- Hidayat, F. (2017). *Repository Universitas Dinamika*, 6.
- Kharnolis, F. D. (2021). Peran *E-commerce* Sebagai Digital Fashion Branding. *Unesa.ac.id*, 20.
- Kumara, A. R. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.
- Maulida, N. R. (2022, April). Analisis Pemanfaatan *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Mikrokecil Menengah (Umkm) Pada Masa Pandemicovid-19 Ditinjau Dari Mas}Lah}Ah Mursalah (Studi Kasus Sentra Wisata Kuliner Convention Hall Kota Surabaya). Retrieved from [http://digilib.uinsa.ac.id/57099/2/Naila%20Rizky%20Maulida\\_G94218206.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/57099/2/Naila%20Rizky%20Maulida_G94218206.pdf)
- Mind, A. (2023, September 27). *Cross - border commerxe : Memperluas Bisnis Anda ke Dunia Internasional*. Retrieved from <https://anymindgroup.com/id/blog/cross-border-commerce-2023/>

Moh Gifari Sono, Abdul Aziz Assayuti, A. Y. (2023). Hubungan Antara Perencanaan Strategis, Ekspansi pasar, Keunggulan Kompetitif Terhadap Pertumbuhan Perusahaan Fashion di Jawa Barat. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 142-145.

Naamy, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Mataram: Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah LP2M UIN Mataram.

Nugrahani, D. M. (2024, 08 11). *Industri Fashion Indonesia Semakin Bersinar dan Berkembang*. Retrieved from VIBIZMEDIA.COM: <https://www.vibizmedia.com/index.php/2024/08/11/industri-fesyen-indonesia-semakin-bersinar-dan-berkembang/#:~:text=Digitalisasi%20dan%20E%2Dcommerce%20Industri,terhadap%20total%20penjualan%20e%2Dcommerce>.

Pasla, B. N. (2025, 2 14). Retrieved from Bams: <https://bams.mba/bisnis-industri/jenis-dan-9-contoh-E-commerce-di-indonesia/>

Prawiranata, R. T. (2024). Analisis Strategi Ekspansi Internasional Eiger. *ULIL ALBAB*, Vol.3,NO.3, hal 119.

Rafli, A. M. (2024). Apa itu Ekspansi Usha, ? Kenali Pengertian Hingga Kekurangannya. *Mekari Jurnal*.

Retrieved from Ilmu Keuangan: <https://www.ilmukeuangan.com/post/gelombang-baru-belanja-online-bagaimana-E-commerce-merubah-wajah-bisnis-global-2024>, Mei 13

Satyagraha, K. P. (2020). Pengaruh Penggunaan *E-commerce* dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Kompetitif. *elibrary.unikom.ac.id*, 24.

Sulistyawati. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: K-Media.

Susilawati, T. (2020). Membangun Website Toko Online Pempek Nthree Menggunakan Php dan Mysql. *Jurnal Teknik Informatika Mahakarya*, 36.

Wulandari, P. (2022). Analisis Pemanfaatan *E-Commerce* Dan Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Mikroberdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Keripik Pisang di Gang PU Kedaton Kota Bandar Lampung).

Zaen, F. A. (2021). Akuisisi, Koneksi Politik, dan Kinerja Merger dan Akuisisi. *Perpustakaan Airlangga*, 1.