



TRANSFORMASI : JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Email: j.transformasi@ummat.ac.id

<http://jurnal.ummat.ac.id/index.php/transformasi/index>

ISSN: 2797-5940 (Online), ISSN: 2797-7838 (Print)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram

Jln. KH. Ahmad Dahlan No.1, Pagesangan, Kec. Mataram, Kota Mataram, NTB (83115)

Pentingnya Sarana Marketplace Untuk Mendongkrak Usaha UMKM

The Importance of Marketplace Facilities to Boost MSME Businesses

¹Bunjamin, ²Siti Munfaqiroh, ³Tutik Arniati, ⁴Istutik, ⁵Sherly H Erawati, ⁶Enggar

Nursasi, ⁷Moh Soedarman, ⁸Muniroh

^{1,2,3,4,5,6,7,8} STIE Malangkecewara Malang

sherlie.erawati@stiemce.ac.id

Abstrak

Marketplace sebagai salah satu produk perkembangan teknologi sebagai wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Mitra dalam kegiatan Program Pengabdian Masyarakat STIE Malangkecewara ini adalah ibu-ibu pelaku usaha UMKM dan mandiri di kelurahan Blimbing kecamatan Blimbing Kota Malang. Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan permasalahan yang terjadi, yaitu kurangnya pengetahuan pelaku usaha UKM maupun usaha mandiri tentang apa dan bagaimana pemasaran menggunakan digital/marketplace dan atau e-commerce. Solusi yang ditawarkan dalam pengabdian ini adalah Memberi edukasi/pengetahuan tentang pentingnya bagaimana memasarkan produk UMKM di Marketplace mulai dari memperhatikan tampilan produk, pemilihan nama produk harus tepat, deskripsi jelas, asuransi dan retur, menetapkan harga, perbanyak produk yang dijual, Memanfaatkan brand dan musim, komitmen, memberi sentuhan personal. Memberikan edukasi dan pemahaman, syarat dan rambu-rambu larangan memasuki Marketplace, serta memberikan edukasi dan pemahaman bagaimana cara memasuki dan mengakses media yang ada di Marketplace. Hasil dari Program pendampingan dan pelatihan pada Program Pengabdian Masyarakat STIE Malangkecewaraini mampu meningkatkan kesadaran peserta tentang pentingnya pemahaman tentang Marketplace untuk meningkatkan usaha UMKM maupun mandiri, meningkatkan motivasi peserta untuk mengembangkan usahanya baik melalui UMKM maupun mandiri, mampu meningkatkan upaya peserta untuk belajar memasarkan produknya melalui Marketplace, dan juga kegiatan pengabdian masyarakat memiliki manfaat diantaranya sebagai sarana untuk mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kecerdasan ibu-ibu pelaku usaha UMKM dan mandiri.

Kata Kunci : Peningkatan Usaha; Marketplace; UMKM

Abstract

Marketplace as a product of technological developments as a place for electronic product marketing that brings together many sellers and buyers to transact with each other. Partners in the STIE Malangkecewara Community Service Program activities are mothers of UMKM and independent entrepreneurs in the Blimbing sub-district, Blimbing sub-district, Malang City. Based on the results of the interviews, it can be concluded that the problems that occur are the lack of knowledge of SME business actors and independent businesses about what and how to market using digital/marketplace and/or e-commerce. The solution offered in this service is to provide education/knowledge about the importance of how to market MSME products on the Marketplace, starting from paying attention to product appearance, choosing the right product name, clear description, insurance and returns, setting prices, increasing the number of products sold, utilizing brands and seasons. , commitment, giving a personal touch. Provide education and understanding, terms and signs prohibiting entering the Marketplace, as well as providing education and understanding on how to enter and access media in the Marketplace. The results of the mentoring and training program at the STIE Malangkecewaraini Community Service Program were able to increase participant awareness of the importance of understanding the Marketplace to increase MSME and independent businesses, increase participant motivation to develop their business both

through MSME and independently, able to increase participant efforts to learn to market their products through the Marketplace, and also community service activities have benefits including as a means to realize the Tri Dharma of Higher Education, and contribute to increasing the intelligence of MSMEs and independent business mothers.

Keywords: *Business Improvement; Marketplace; MSME*

Submitted : 04-10-2022, **Revision :** 01-12-2022, **Accepted :** 07-12-2022

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital merupakan suatu yang tidak bisa dipungkiri untuk kehidupan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan. Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital (Setiawan, 2017). Karena pada perkembangan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan akan sains society atau ilmu pengetahuan dan juga memberikan banyak manfaat kepada manusia dengan memudahkan urusan-urusan dalam kehidupan sehari-hari. Bidang pendidikan, kesehatan, aktifitas perekonomian, dan bahkan dunia usaha hampir semua saling bertumpu pada teknologi digital.

Salah satunya marketplace sebagai produk perkembangan teknologi yang merupakan media online yang dapat dijadikan sebagai wadah pemasaran produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Marketplace dapat didefinisikan sebagai website atau aplikasi online yang memfasilitasi proses jual beli dari berbagai toko (Apriadi & Saputra, 2017). Dikutip dari situs sirclo pertumbuhan e-commerce di Indonesia dikatakan sangat pesat, bahkan menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan e-commerce terpesat. Menurut ICD, pertumbuhan e-commerce Indonesia merupakan yang terbesar dikawasan Asia Tenggara. Dari banyaknya transaksi online tersebut, 60 persennya dilakukan melalui platform Marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lainnya. Kategori produk yang paling banyak dibeli yakni sekitar 70% dari total transaksi online antara lain produk elektronik, fashion, kesehatan dan kecantikan. Menurut Ernst & Young, bisnis online di Indonesia yang saat ini didominasi oleh UMKM berkembang sebesar 40% setiap tahunnya. e-commerce dan marketplace memiliki potensi pasar yang begitu besar dan luas. Lebih lanjut, data tersebut menunjukkan sekitar 30 juta masyarakat Indonesia pernah melakukan transaksi online, menciptakan pasar dengan nilai setidaknya sebesar USD 8 miliar. (adv, 2019).

Tren Marketplace terus berkembang seiring perkembangan internet dan teknologi digital di Indonesia. Marketplace adalah tempat atau wadah untuk melakukan pemasaran produk atau jasa melalui atau menggunakan media internet (Ahsyar & Ardiansyah, 2020). Marketplace pun menjadi semakin populer sebagai tempat bagi masyarakat untuk berbelanja berbagai kebutuhan. Pada tahun 2009, Tokopedia berdiri dan mengalami perkembangan yang sangat pesat, disusul 2010, berdiri Bukalapak. Saat ini, jumlah Marketplace sudah banyak dengan kekuatan industri, system manajemen, pilihan metode pembayaran, proses transaksi dan prosedur masing-masing. Bahkan sejumlah Marketplace menyediakan dompet elektroniknya sendiri. Sehingga semakin banyak konsumen yang lebih memilih untuk berbelanja di Marketplace karena kemudahan yang ditawarkannya. Pertumbuhan ini dapat membuat e-commerce menjadi penggerak utama ekonomi digital. Tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun Marketplace juga dapat memperluas jangkauan pasar bagi pelaku bisnis umumnya dan khususnya UMKM.

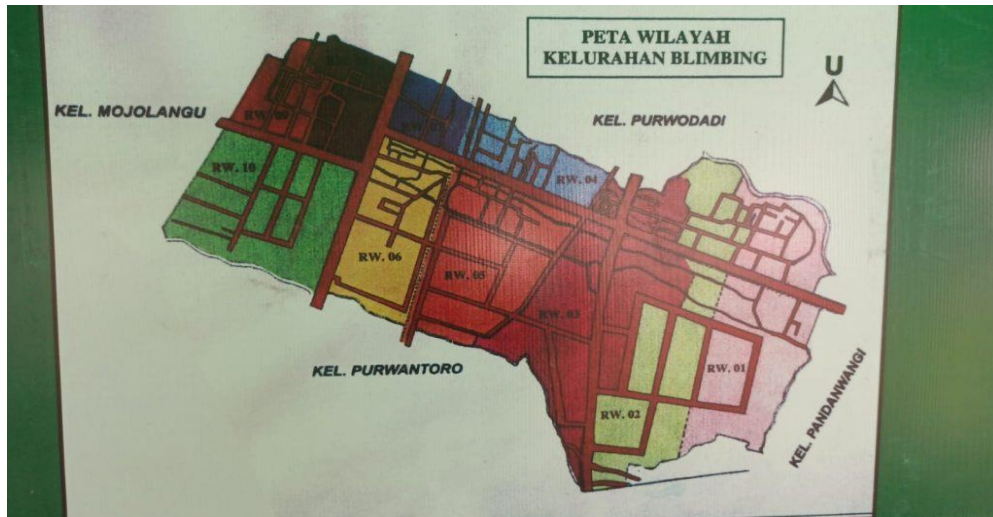
Pelaku bisnis UMKM tidak dapat dianggap remeh, mereka dengan spesifikasi produknya dan umumnya memiliki daya tahan dibandingkan pelaku bisnis menengah dan besar. Untuk itu perlu mereka diberikan pengetahuan yang lebih untuk dapat meningkatkan kemampuan khususnya dibidang pemasaran digital sehingga diharapkan mereka mampu bersaing dan bertahan hidup usahanya. Pesatnya pertumbuhan Marketplace akhir-akhir ini, belum diimbangi dengan kemampuan pengelolaan bisnis, pengelolaan keuangan usaha, pengelolaan stok barang sampai pada pengelolaan pelayanan konsumen. Untuk dapat tetap bertahan, maka pelaku UKM perlu dibantu dan didampingi dengan memberikan program pendampingan dan pelatihan terkait dengan pemasaran digital/ E- Commerce.

Perkembangan pengguna internet, online shopper dan penjual yang menggunakan e-commerce yang semakin meningkat ini dapat juga menjadi peluang bagi pelaku UMKM untuk memaksimalkan upaya peningkatkan usahanya. Tetapi secara umum terdapat kendala dalam UMKM sendiri, antara lain; rendahnya kompetensi dan kualitas SDM yang ada, rendahnya pengetahuan digital dan takut keluar dari zona nyamannya. Sehingga berdasarkan fenomena tersebut Tim Pengabdian Masyarakat STIE Malangkecewara melaksanakan kegiatan dalam bentuk program pendampingan dan pelatihan, bekerjasama dengan komunitas UMKM di kelurahan Blimbing, di Kota

Malang. Program pendampingan dan pelatihan untuk pelaku UMKM kelurahan Blimbing terkait pemasaran digital/e-commerce.

Kelurahan Blimbing merupakan kelurahan yang terletak di wilayah Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Kelurahan ini terdiri dari 10 RW (Rukun Warga) dan 55 RT (Rukun Tetangga). Kelurahan ini dihuni oleh 10.617 jiwa yang terbagi menjadi 2.086 KK (Kepala Keluarga). Ada kurang lebih 20 UKM di kelurahan Blimbing, dan mayoritas adalah ibu-ibu. Produk yang dihasilkan antara lain berupa kue brownies, boneka, batik, bordir, dan lain-lain dan masih ditambah dengan pelaku usaha mandiri yang kebanyakan produk kuliner yaitu makanan dan minuman. Selama ini mereka melakukan usaha secara konvensional dan ada juga yang sudah menjual melalui media online seperti Whatsapp, Instagram dan facebook. Sebenarnya mereka sudah mengetahui banyak keberadaan Gojek, Grab, Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Maxim dan lain-lainnya, tetapi mereka belum mengetahui sebagai pasar digital/ e-commerce yang dapat digunakan sebagai wadah aktifitas menjual dan melayani pembeli yang lebih luas, demikian juga mereka belum memahani bagaimana cara mengakses, prosedur dan strategi menggunakannya secara efektif dan efisien untuk mendukung peningkatan usahanya.

Gambar 1 merupakan gambar peta persebaran wilayah Kelurahan Blimbing. Berdasarkan hasil diskusi dengan ibu-ibu dan coordinator UMKM kelurahan Blimbing maka Tim Pengabdian Masyarakat ingin memberikan pelatihan dan mengedukasi ibu-ibu, baik yang tergabung di UMKM kelurahan Blimbing maupun mereka yang sebagai pelaku usaha mandiri. Kegiatan ini bertujuan untuk: (1). Meningkatkan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan menggunakan e-commerce, dan (2). Meningkatkan peran ibu rumah tangga dalam pengembangan usaha UMKM dan juga usaha mandiri. Kegiatan pengabdian masyarakat memiliki manfaat diantaranya sebagai sarana untuk mewujudkan tri dharma perguruan tinggi, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kecerdasan ibu-ibu dalam meningkatkan kemampuan wirausaha dan ekonomi keluarga.



Gambar 1. Peta Kelurahan Blimbing, Kecamatan Blimbing Kota Malang
Permasalahan Mitra

Pada awal Juli 2022, tim Program Pengabdian Masyarakat STIE Malangkucewara melakukan interview dengan bertemu koordinator Pembina UKM kelurahan Blimbing, kota Malang, Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan permasalahan yang terjadi, yaitu : Kurangnya pengetahuan pelaku usaha UKM maupun usaha mandiri tentang apa dan bagaimana pemasaran digital/ marketplace dan atau e-commerce

Minimnya pengetahuan dan pemahaman bagaimana memasuki dan memanfaatkan pasar digital marketplace dan belum pernah diadakan pelatihan tentang pemanfaatan pasar digital untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha yang efektif dan efisien.

Solusi Permasalahan

Solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi saat ini yaitu rancangan marketplace yang dapat digunakan oleh komunitas UMKM. Marketplace memiliki fungsi utama yaitu website/situs yang didalamnya terdapat forum yang dapat digunakan komunitas untuk saling berbagi informasi. Selain itu, juga merupakan model yang dapat memudahkan UMKM untuk memasarkan produk dihasilkan dan suatu model yang memberikan informasi bisnis UMKM. Solusi yang ditawarkan Tim Pengabdian Masyarakat STIE Malangkucewara akan memberikan pelatihan dan pendampingan memanfaatkan marketplace yang sesuai dengan kebutuhan kelompok UMKM untuk mengembangkan bisnis UMKM melalui pemasaran digital/ marketplace. Dari Permasalahan yang telah di uraikan di bagian analisa situasi, maka tim pengabdian menawarkan solusi sebagai berikut:

Memberi edukasi/pengetahuan tentang pentingnya bagaimana memasarkan produk UMKM di Marketplace. Tim pengabdian memberi edukasi/pengetahuan tentang bagaimana menjual yang sukses di Marketplace, dengan memberikan paparan mulai dari: memperhatikan tampilan produk, pemilihan nama produk harus tepat, deskripsi jelas, asuransi dan retur, menetapkan harga, perbanyak produk yang dijual, memanfaatkan brand dan musim, komitmen, memberi sentuhan personal

Memberikan edukasi dan pemahaman, syarat dan rambu-rambu larangan memasuki Marketplace, mulai dari: kumen apa saja yang dibutuhkan (Foto KTP, Foto buku tabungan, Foto NPWP, Foto diri (selfie), No telpon yang dapat dihubungi, Alamat email aktif, No telpon (yang akan nge-link ke WA dan SMS), serta email akan berfungsi saat ada notifikasi dari marketplace untuk login, ubah data, pengumuman, dll.

Jenis produk yang dilarang dijual di Marketplace (Alat test Covid 19, Pelanggaran HAKI (logo, produk, slogan, dll), Produk MLM, Produk dewasa dan pornografi, Produk ilegal dan berbahaya (senjata tajam, uang tunai, materai, dokumen resmi, produk mistis, senjata, bahan peledak, obat/kosmetik berbahaya, narkoba, hewan, minuman beralkohol, tiket., Promosi pihak / produk lain (jasa desain, kop surat, testimoni, iklan ke situs lain)

Memberikan edukasi dan pemahaman bagaimana cara memasuki dan mengakses media yang ada di Marketplace, bagaimana cara mengakses, masuk dan membuka toko di Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan lainnya dengan ketentuan administrasi, biaya administrasi dan bagaimana cara mengunggah produk. Contoh edukasi berupa penjelasan melalui narasumber dengan media power point seperti yang terdapat pada Gambar 2.

CARA MEMBUKA TOKO DI TOKOPEDIA

1. Buka aplikasi Tokopedia, klik **Akun**
2. Klik **Akun Toko**
3. Klik **Buka Toko Gratis**
4. Tulis nama toko (hanya bisa diubah 2x)
5. Masukkan alamat toko yang benar dan lengkap
6. Selamat, toko Anda sudah jadi

1. Install Tokopedia Seller



CARA BUKA TOKO DI SHOPEE

1. Klik **SAYA**
2. Langsung otomatis masuk ke fitur SHOPEE SELLER CENTER
3. Pilih menu **Pengaturan Toko** untuk mengisi : nama toko, deskripsi toko, logo/foto toko, banner toko – klik Simpan
4. Klik tombol **Tambah alamat baru**
5. Klik menu **Jasa Kirimku** (untuk pilih ekspedisi pengiriman barang)
6. Isi rincian Rekening Bank (untuk melakukan pembayaran atau menerima uang penjualan) dengan klik **Tambah Kartu/Rekening Bank**

↓

Semua langkah wajib diisi dan dicek kembali semuanya sebagai syarat bisa jualan di Shopee. Pastikan data semua sudah benar

CARA MENGUNGGAH PRODUK

1. Klik **SAYA**
2. Klik **TOKO SAYA**
3. Klik **Tambah Produk Baru** untuk memasukkan foto
4. Isi rincian produk (kategori, harga, stok, variasi, berat, ongkos kirim)
5. Aktifkan tombol **Pre-Order** jika membutuhkan lebih dari 7 hari untuk mengemas produk. Lalu isi jumlah hari yang dibutuhkan (7-15 hari)
6. Tambahkan **hashtag** ke deskripsi produk
7. Klik **tanda centang** (untuk Android) atau klik simpan (untuk IOS)

Biaya admin TOKOPEDIA

| | |
|--|---|
| <p>BIAYA LAYANAN BEBAS ONGKIR</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Biaya 1.5% untuk Power Merchant PPO ■ Biaya 2.25% untuk Power Merchant ■ Biaya 3% untuk Regular Merchant dengan maksimum biaya tertagih Rp. 10.000 per kuantitas produk yang berhasil terjual dengan Bebas Ongkir ■ Sudah termasuk PPN 10% | <p>BIAYA ADMIN</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Toko Power Merchant : 1% dari total penjualan (sudah termasuk PPN) ■ Guna : pemeliharaan sistem <p>BIAYA BERGABUNG : Gratis</p> |
|--|---|

Gambar 2. Edukasi Tentang Marketplace menggunakan media Power point.

METODE PELAKSANAAN

Sebelum dilakukannya rangkaian kegiatan, Tim Pengabdian Masyarakat STIE Malangkucecwara melakukan publikasi kegiatan dengan membagikan flyer ke Kelurahan Blimbing. Flyer juga disebarakan melalui social media kampus dan Tim Pengabdian Masyarakat STIE Malangkucecwara. Desain flyer dapat dilihat di Gambar 3.



Gambar 3. Flyer Workshop Program Pengabdian Masyarakat.

Program pendampingan dan pelatihan ibu-ibu rumah tangga komunitas UMKM dan mandiri dilakukan dengan beberapa pendekatan / metode yang dilakukan secara bersama-sama yaitu :Metode Wawancara

Pada tahap ini, Tim Pengabdian Masyarakat STIE Malangkucecwara melakukan survey dengan mewawancarai ibu-ibu dan koordinator Pembina UKM kelurahan Blimbing, selaku pengusul dilakukannya pengabdian ini. Tim pengabdian melakukan wawancara tentang kondisi atau permasalahan pemasaran yang terjadi di lingkungan masyarakat kelurahan Blimbing yang sebagian besar adalah pelaku usaha UMKM dan usaha mandiri.

Metode Ceramah/Presentasi

Rencana metode ini dilakukan dengan memberikan edukasi pengetahuan dan pemahaman tentang apa saja dan bagaimana memasuki, mengakses dan memanfaatkan Marketplace secara efektif untuk meningkatkan usaha UMKM maupun mandiri, dilakukan pada tanggal 29 Juli 2022, dengan pemateri atau nara sumber ibu Rina Irawati, SE, MM, yang expert dibidang Marketplace (Gambar 5). Pelaksanaan program

pengabdian ini dilakukan melalui secara tatap muka di kampus STIE Malangkuuceccwara Malang

Metode Diskusi Pada tahap ini ibu-ibu rumah tangga kelurahan Blimbing yang juga pelaku usaha UMKM dan mandiri, diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan bagaimana memasuki, mengakses dan memanfaatkan Marketplace secara efektif untuk meningkatkan usaha UMKM maupun mandiri.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada hari Jum'at. Tanggal 29 Juli 2022 pukul 08.00 - WIB sampai selesai. Melalui Tatap muka di Ruang Smart Class, Gedung J, kampus STIE Malangkucecwara Malang pelaksanaan pengabdian ini dihadiri 36 orang yang terdiri dari tim pengabdian masyarakat dan ibu-ibu kelurahan Blimbing selaku pelaku usaha UMKM dan mandiri. Kegiatan ini disambut positif dan antusias oleh ibu-ibu rumah tangga kelurahan Blimbing, karena pada dasarnya mereka tidak pernah mendapatkan pengetahuan, wawasan dan pelatihan tentang pemanfaatan pasar digitas/Marketplace untuk meningkatkan usaha UMKM maupun mandiri.



Gambar 4. Peserta Workshop Program Pengabdian Masyarakat

Kegiatan ini dimulai dengan pembukaan oleh moderator ibu Dra. Sherly Hesti Erawati MM, dan dilanjutkan opening speech oleh Pembina UMKM kelurahan Blimbing yaitu Bapak Suryo Adi Wiyono yang menyambut baik kegiatan ini, kemudian kata sambutan oleh kepala LPPM STIE Malangkecewara yang diwakili oleh yaitu ibu Dra. Enggar Nursasi, MM yang mengucapkan terimakasih atas jalinan kerjasama antara UMKM kelurahan Blimbing dengan tim pengabdian masyarakat STIE Malangkecewara dan berharap bisa memberikan nilai tambah untuk kemajuan dan pengembangan usaha UMKM di kelurahan Blimbing, khususnya.

Penyampaian materi kegiatan pengabdian ini oleh ibu Rina Irawati,SE,MM (Gambar 6) yang menjelaskan tentang (1) Apa dan bagaimana Marketplace dan perkembangannya , (2) Kendala UMKM, (3) perkembangan e- commerce, (4) Bagaimana memasarkan produk UMKM di Marketplace, yaitu (1) bagaimana cara menjadi penjual sukses, (2) dokumen yang dibutuhkan, (3) jenis produk yang dilarang dijual di Marketplace (4) cara memasuki dan mengakses di Marketplace: cara membuka Toko, biaya administrasi, cara mengunggah produk, penetapan harga dan kualitas produk, indikasi penipuan dan atau duplikasi produk.



Gambar 5. Narasumber Ibu Rina Irawati,SE, MM Memaparkan Materi

Pada akhir kegiatan, peserta diberi kesempatan untuk sharing, bertanya dan juga diskusi. Beberapa peserta antusias sharing tentang pengalamannya dalam berbisnis, mereka selama ini memasarkan secara konvensional pada kebanyakannya dan berminat besar untuk dapat mengembangkan dan meningkatkan usaha UMKM maupun mandiri melalui Marketplace. Beberapa pertanyaan yang diajukan peserta kepada penerjemah, antara lain :

Bagaimana cara memulai membuka usaha di marketplace dan langsung mempraktekkan cara mendaftar, membuka toko di Tokopedia dan Shopee, karna masing-masing dengan syarat admin dan prosedur serta ketentuan yang berbeda.

Bagaimana cara menentukan nama merek produk, menetapkan harga dan ketentuan potongan dan promosi

Bagaimana tips memilih situs yang lebih mudah dan simple untuk pelaku usaha UMKM maupun mandiri yang belum melek tentang marketplace.

Bagaimana cara pengemasan standart dan pemilihan ekspedisi untuk produk makanan dan minuman.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini mengusung tema “Peningkatan Usaha UMKM Melalui Pelatihan Pemanfaatan Marketplace”. Berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah disampaikan pada pelaksanaan pengabdian masyarakat di kelurahan Blimbing, di kota Malang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Program Pengabdian Masyarakat ini mampu meningkatkan kesadaran peserta tentang pentingnya pemahaman tentang Marketplace untuk meningkatkan usaha UMKM maupun mandiri, (2) Program Pengabdian masyarakat ini mampu meningkatkan motivasi peserta untuk mengembangkan usahanya baik melalui UMKM maupun mandiri, (3) Program Pengabdian Masyarakat ini mampu meningkatkan upaya peserta untuk belajar memasarkan produknya melalui Marketplace, (4) Kegiatan pengabdian masyarakat memiliki manfaat diantaranya sebagai sarana untuk mewujudkan Tri Dharma Perguruan Tinggi, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kecerdasan ibu-ibu pelaku usaha UMKM dan mandiri di kelurahan Blimbing, Mojolangu dan Tunjung Sekar dalam meningkatkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

adv. (2019). Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Retrieved from kominfo.go.id: <https://www.kominfo.go.id/>

Ahsyar, T. K., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 46.

Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal Resti*, 131-136.

Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. *Semina Nasional Pendidikan*. Bandung.

Abraham Wasli, Sejarah Awal Berdirinya Marketplace Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Blibli Dan Jdid, *Teknologi.Id*, (September 2020), <https://Teknologi.Id/Os/Sejarah-Awal-Berdirinya-Marketplace-Tokopedia-Shopee-Bukalapak-Lazada-Blibli-Dan-Jdid>

Artaya, I. Putu; Purworusmiardi, Tubagus. Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi Umkm Di Jawa Timur. *Ekonomi Dan Bisnis*, Universitas Narotama Surabaya, 2019, 1-10.

Ferriawan Hidayat, Kehadiran Marketplace Berikan Manfaat Besar Bagi Umkm, *Berita Satu* (12 November 2019), <https://www.beritasatu.com/digital/584810/kehadiran-marketplace-berikan-manfaat-besar-bagi-umkm#>

Ilham Mubarak, Apa Itu Marketplace? Pengertian, Jenis, Dan Contohnya, *Niagahisterblog*, (2019) <https://www.niagahoster.co.id/blog/marketplace-adalah/>

Pahlevi, Pengertian Marketplace Dan Jenis-Jenis Marketplace, Pahlevi, (2017) <https://www.pahlevi.net/pengertian-marketplace/>

Puspita Karyati, Ika, E-Commerce Untuk Umkm Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, Kementerian Keuangan Badan Pendidikan Dan Pelatihan Keuangan, (13 September 2019), <https://bppk.kemenkeu.go.id/content/berita/pusdiklat-keuangan-umum-ecommerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-2019-11-05-eb6e220/>

Setiawan, Budi. Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah

(Ukm) Di Kota Palembang. Jurnal Abdimas Mandiri, 2018, 2.2