

# PEMBINAAN UMKM MELALUI PENGELOLAAN BISNIS MARKETPLACE

Dio Rizqi Irawan<sup>1</sup>, Masitaria Aci Danibao<sup>2</sup>, Tia Aprilia<sup>3</sup>, Retna Dwi Estuningtyas<sup>4</sup>,  
Irsyaf Marsal<sup>5</sup>, Indah Suwarni<sup>6</sup>

[diorizqiirawan@uic.ac.id](mailto:diorizqiirawan@uic.ac.id), [masitariaacidanibao@uic.ac.id](mailto:masitariaacidanibao@uic.ac.id), [tiaapriliah@uic.ac.id](mailto:tiaapriliah@uic.ac.id),  
[reretnadwie@gmail.com](mailto:reretnadwie@gmail.com), [irsyafmarsaluic@gmail.com](mailto:irsyafmarsaluic@gmail.com), [indah.swr@gmail.com](mailto:indah.swr@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ibnu Chaldun Jakarta

## Abstrak

Pada era ini, banyak perusahaan besar maupun kecil yang sudah menggunakan aplikasi marketplace, seperti toko-toko yang ada di mall yang sudah beroperasi secara offline. Metode pembinaan ini menggunakan metode Asset Based Community Deploiment (ABCD). Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan marketplace berbasis handpone untuk meningkatkan daya saing usahanya. Dan juga agar masyarakat memperoleh pengetahuan tentang marketplace, serta memanfaatkan fitur pada marketplace, dalam mengembangkan area pemasaran secara online dan menjaga konsisten maupun kualitas produk, dan juga akan membantu bisnis untuk berkembang di marketplace berbasis handpone. Menurut Kotler dan Amstrong “ banyak perusahaan mulai beralih ke pemasaran online melalui handpone karena dapat memadai anggaran biaya pemasaran . Dan bagi perusahaan dengan anggaran yang sedikit ini dapat menggunakan saluran pemasaran online yang tidak berbayar seperti media sosial Instagram, Facebook, dan marketplace”. Untuk mengedukasi masyarakat mengenai kegiatan pengelolaan bisnis secara online, tim pengabdian masyarakat melakukan seminar Pembinaan Umkm Melalui Pengelolaan Bisnis Marketplace dengan materi yang berisi tentang marketplace, e-commerce, dan revolusi industry 4.0. Dengan harapan agar dapat menambah penjualan masyarakat, serta memaksimalkan pemasaran produk atau jasa dari usaha masyarakat melalui marketplace online.

**Kata Kunci :** Handphone, Elektronik, Aplikasi

## Pendahuluan

Gaya hidup masyarakat modern saat ini tak terlepas dari handphone, gadget, tablet, smartphone dan lain sejenisnya. Dari setiap aktifitas kegiatan sehari-hari selalu menggunakan hanphone baik sebagai sarana hiburan, komunikasi maupun bisnis online atau menghasilkan uang di internet Fakta menunjukkan banyak sekali orang di Indonesia terutama kalangan anak muda yang tak bisa lepas hidupnya dari handphone. Setiap saat ia menggunakan HP untuk bermain game secara online, berkomunikasi, chatting di media sosial, dan aktifitas lain sebagainya. Setelah dirasakan kegiatan itu hanya membuang-buang waktu dan uang maka mulailah inspirasi mereka untuk menjadikan ponsel sebagai sarana untuk menghasilkan uang tambahan dengan cara melakukan bisnis online lewat HP android tanpa modal sebagai

pekerjaan utama maupun sampingan. Terdapat berbagai jenis pemasaran online yang memanfaatkan internet.

Pembinaan marketplace ini, merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang bekerja sama dengan masyarakat di wilayah H. Ten Raya. Pelaksanaan pelatihan ini bertempat di Masjid Jamiyatul Khair, pada hari Sabtu tanggal 11 November 2023 sejak pukul 12.30 sampai dengan selesai. Materi yang di bahas ialah Pembinaan UMKM Melalui Pengelolaan Bisnis di Marketplace. Pelaksanaan pembinaan ini dilakukan dengan memberikan teori-teori atau langkah-langkah kepada masyarakat yang mengikuti pembinaan ini. Dan pembinaan ini terbuka untuk umum. Menurut Kotler dan Amstrong dalam mengemukakan pendapatnya :

Pada saat ini banyak perusahaan mulai beralih ke pemasaran online melalui handphone dengan menyiapkan jaringan sosial online, membuat website perusahaan atau website produk atau website pemasaran, menempatkan iklan atau promosi online, dan menggunakan email marketing atau spam. Perusahaan-perusahaan dengan anggaran biaya pemasaran yang memadai, dapat menggunakan berbagai macam jenis pemasaran online tersebut. Namun bagi perusahaan dengan anggaran yang sedikit dapat menggunakan saluran pemasaran online yang tidak berbayar seperti media sosial Instagram, Facebook, dan marketplace.

Dampak pemasaran online sudah terasa yaitu terjadinya perubahan pola konsumsi masyarakat khususnya untuk konsumsi pakaian dari yang biasanya berbelanja offline di toko, gerai, supermarket atau mall sebagian konsumen beralih ke belanja online. Para pebisnis yang hanya mengandalkan pemasaran offline konvensional berpotensi terkena dampaknya yaitu turunnya omset penjualan. Beberapa supermarket di Indonesia menutup gerainya akibat menurunnya pendapatan perusahaan. Merespon fenomena tersebut, para pembisnis perlu segera beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan menyesuaikan dengan perubahan perilaku berbelanja masyarakat Indonesia, yaitu dengan merubah sistem pemasaran dari pemasaran offline menuju pemasaran online atau kombinasi offline dan online. Apabila perusahaan tidak beradaptasi, maka perusahaan akan ketinggalan oleh kompetitor yang sudah online dan berpotensi kehilangan sebagian konsumen yang beralih ke belanja online.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan edukasi kepada masyarakat agar dapat mengelola bisnisnya dengan memanfaatkan handphone di era digital ini. Karena di lingkungan sekitar tempat Pengabdian Masyarakat masih banyak sekali yang mengelola bisnisnya secara offline/langsung. Sehingga dengan adanya pelatihan cara mengelola di marketplace berbasis handphone ini masyarakat dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan omset penjualannya.

Adapun manfaat kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah yaitu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia dalam pemasaran online berbasis marketplace, lalu agar masyarakat dapat membuat akun marketplace yang dapat digunakan untuk menjalankan pemasaran online, dan yang terakhir, mendapatkan data dan informasi terkini penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi di masyarakat dalam rangka pengkajian ilmiah dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Kemudian, tidak hanya usaha pedagang yang berjualan di sekitar jalan, akan tetapi banyak perusahaan besar maupun kecil yang sudah banyak menggunakan aplikasi marketplace, seperti toko-toko yang ada di mall yang sudah beroperasi secara offline. Dengan menggunakan aplikasi marketplace dapat memudahkan bagi toko untuk mempromosikan dagangannya agar lebih mudah dan cepat dalam memperkenalkan produk kepada konsumen. Meskipun banyak dari perusahaan, toko-toko besar kebanyakan sudah memiliki pelanggan tetap, akan tetapi dengan adanya marketplace dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut. Pada era ini, menggunakan aplikasi marketplace merupakan hal yang penting dan harus dalam dunia usaha, mengingat perkembangan zaman yang sudah sangat modern dan canggih, serta mengikuti perkembangan dunia usaha di tingkat internasional yang mengharuskan setiap pihak harus bisa aktif dan kreatif.

Hal ini, merupakan sebagai bentuk implementasi terhadap kemajuan teknologi dan memanfaatkan aplikasi marketplace untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pihak yang terkait seperti perusahaan dan toko-toko harus memiliki sikap dan kemampuan untuk merespon dengan cepat dan beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi di dunia bisnis usaha, sehingga dapat mampu memberikan nilai positif dan manfaat yang signifikan dalam menghadapi dunia bisnis yang banyak pihak pesaing yang saling bersaing dengan tensi yang tinggi.

Meskipun banyak yang mendapatkan respon positif serta manfaat yang baik, akan tetapi masih ada juga beberapa hal yang menjadi negatif pada menggunakan aplikasi marketplace seperti dibutuhkannya biaya yang lebih besar daripada yang hanya membuka penjualan offline. Karena hal itu, banyak perusahaan atau toko-toko yang mengalami penurunan pendapatan bahkan bangkrut atau gulung tikar.

Sebagai perusahaan yang menjualkan produk-produknya kepada pelanggan, pasti ada resiko yang akan ditanggung apabila mengalami hal yang tidak diinginkan. Oleh karena itu, pihak

perusahaan atau toko harus siap dan mencegah hal itu terjadi dengan dilakukan secara hati-hati dalam menjalankan usaha tersebut.

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam pembinaan ini adalah metode Asset Based Community Deploiment (ABCD). Metode ABCD ini merupakan model pemberdayaan masyarakat yang menekankan pada pemanfaatan aset dengan potensi yang dimiliki oleh masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Metode ini digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana pelaku usaha UMKM dalam memanfaatkan marketplace berbasis handphone dalam meningkatkan daya saing usahanya. Analisis data dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan cara mendeskripsikan pendapat responden yang kemudian disajikan melalui tulisan, Penjelasan teori yang disampaikan adalah penjelasan konsep dasar untuk dasar-dasar praktek pada marketplace, kemudian sesi tanya jawab, serta diskusi. Kemudian pelaksanaan memperoleh informasi tentang kebutuhan pelatihan.

## **PEMBAHASAN DAN HASIL**

Perkembangan di era ini handphone menjadi salah satu alat teknologi yang sangat di minati oleh masyarakat. Dan masyarakat juga harus mengikuti perkembangan jaman agar bisnisnya dapat mengikuti perkembangan dan tidak ketinggalan zaman. Disini Tim Pengabdian Masyarakat memberikan solusi dengan cara mengedukasikan kepada masyarakat agar dapat mengelola bisnis secara online. Terdapat beberapa hal yang harus disampaikan dalam kegiatan seminar pembinaan UMKM melalui pengelolaan bisnis di marketplace ini.

A. Marketplace adalah suatu platform yang memiliki tugas sebagai perantara antara penjual dan pembeli untuk melakukan proses transaksi produk secara online. Marketplace ini juga menyediakan berbagai fasilitas seperti metode pembayaran, estimasi pengiriman, pemilihan produk sesuai kategori, dan fitur yang lainnya. Jenis-jenis marketplace terdiri dari dua macam yaitu sebagai berikut :

1. Marketplace Murni yaitu marketplace yang memiliki peran penting sebagai fasilitator antara penjual dan pembeli. Dan penjual bebas untuk melakukan berbagai transaksi produk, serta mengelola pembayaran, menampilkan informasi mengenai produk, dan lainnya.

2. Marketplace Konsinyasi yaitu jenis pasar daring dimana penjual hanya memiliki akses untuk menitipkan produk saja. Maksudnya adalah, dari pihak penjual hanya dapat menyediakan barang serta mengirimkan deskripsi informasi detail dari barang tersebut. Tugas dari marketplace disini maksudnya sebagai perantara, sekaligus mengatur urusan pembayaran, pengiriman barang, foto produk, dan lain sebagainya. Jadi, untuk jenis yang satu ini, segala macam bentuk transaksi jual beli diserahkan kepada platform. Penjual hanya sekedar menyediakan barang.

Pertama kali marketplace mulai menjadi populer pada tahun 1995. Amazon dan eBay mulai terkenal dan banyak orang yang menggunakannya di tahun tersebut. Di tahun itu juga sebuah bank di Amerika bernama The Presidential Bank meluncurkan online banking pertama. Pada tahun 1998, PayPal diluncurkan dan memberi kemudahan lebih banyak untuk transaksi online. Di Asia sendiri, Jack Ma meluncurkan Alibaba di China pada tahun 1999. Industri marketplace terus berkembang hingga sekarang.

#### B. E-Commerce

Menurut pandangan dari Indah Suwarni & Agus salim dalam mengemukakan pendapatnya.

Perkembangan internet di Indonesia, termasuk e-commerce, telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan ini disebabkan oleh meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia yang merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia. E-commerce di Indonesia dipelopori oleh Sanur, toko buku online yang terinspirasi dari Amazon. Perkembangan e-commerce di Indonesia masih terhambat oleh faktor keamanan dan budaya penggunaan kartu kredit yang masih terbatas. Oleh karena itu, situs e-commerce di Indonesia menawarkan berbagai metode pembayaran, termasuk cash on delivery dan transaksi offline. Mekanisme transaksi e-commerce di Indonesia dapat dikategorikan Seperti transaksi dan pembayaran online, transaksi online dengan pembayaran setelah barang diterima, dan transaksi dan pembayaran di dunia nyata.

#### C. Revolusi Industry 4,0

Revolusi industry 4.0 merupakan fase keempat dari perjalanan sejarah revolusi industri. Revolusi Industri 4.0 di populerkan oleh Hannover Fair pada April 2011, dan dilakukan oleh pemerintah Jerman untuk memajukan bidang industri dengan bantuan teknologi.

Berikut beberapa dampak positif serta negatif dari adanya Revolusi Industri 4.0 menurut situs Binus University:

##### 1. Dampak Positif Revolusi Industri 4.0

- a) Kemudahan dalam mengakses informasi dikarenakan dapat menggunakan gadget maupun teknologi lainnya.

- b) Efektivitas dalam bidang produksi dengan mengganti tenaga manusia yang ada dan menggantinya dengan teknologi mesin. Selain mengurangi biaya produksi karena mengurangi penggunaan tenaga kerja, dengan menggunakan teknologi dapat meningkatkan hasil produksi.
  - c) Dapat meningkatkan pendapatan nasional karena dapat memproduksi barang dalam waktu yang relatif singkat dengan kualitas yang baik.
  - d) Peningkatan peluang kerja bagi tenaga ahli, hal ini dikarenakan walaupun menggunakan mesin tetap saja membutuhkan tenaga ahli manusia untuk menggerakkannya.
2. Dampak Negatif Revolusi Industri 4.0
- a) Lebih rentan terhadap serangan siber, hal ini dikarenakan proses produksinya menggunakan mesin teknologi, oleh sebab sangat penting untuk memiliki sistem keamanan yang baik.
  - b) Butuh biaya besar dalam investasi alat serta pekerja, hal ini dikarenakan harus mengeluarkan uang untuk membeli alat terlebih dahulu serta pelatihan keterampilan pegawai agar dapat menjalankannya.
  - c) Adanya urbanisasi, dimana meningkatnya jumlah populasi masyarakat yang ada di kota besar.
  - d) Berdampak untuk lingkungan, hal ini dikarenakan dengan penggunaan mesin yang ada dapat menghasilkan polusi udara, limbah dalam jumlah besar, serta hal negatif lainnya yang dapat merusak lingkungan.

Dalam Revolusi Industri 4.0, setidaknya ada lima teknologi yang menjadi pilar utama dalam mengembangkan sebuah industri siap digital, yaitu:

1. Internet of Things,

Internet of Things adalah sistem yang menggunakan perangkat komputer, mekanis dan mesin digital dalam keterhubungan untuk menjalankan sistemnya melalui data jaringan tanpa melakukan interaksi antar manusia atau antar manusia dengan dan perangkat komputer. Sistem ini mengintegrasikan 5 komponen:

a. Sensing dan Embed.

Sensing ialah komponen pengindraan pada Internet of Things, sedangkan Embed ialah komponen tertanam yang ada di dalamnya. Ini seperti perangkat sensor merupakan suatu perangkat atau alat yang berfungsi untuk mendeteksi perubahan pada bentuk tubuh atau fisik, seperti tekanan, gaya dan lain-lain.

b. Konektivitas.

Konektivitas ialah suatu komponen karakteristik grafik mengekspresikan serta menghubungkan perangkat, sensor, aktuator dan cloud antar titik atau jumlah busur yang terjadi dalam suatu grafik untuk menghasilkan suatu tindakan.

c. Internet of Things Cloud.

Komponen ini merupakan fasilitas yang berhubungan dengan data.

d. Internet of Things Data Analytic.

Komponen ini berfungsi yang melakukan analisis terhadap data analog yang dapat diterima oleh sensor.

e. Perangkat dan Interface.

Perangkat dan Interface merupakan tampilan yang akan menjadi alat kontrol Internet of Things bagi pengguna.

2. Big Data,

Big data merupakan istilah yang mengartikan kapasitas besar data yang tersusun maupun tidak tersusun. Hal ini, digunakan organisasi untuk menganalisis dalam pengambilan keputusan dan strategi bisnis untuk lebih baik. Penyedia layanan Big Data antara lain:

a. Sonar Platform.

Platform yang menempatkan pengguna dalam mempelajari metric dan mengambil kesimpulan berbasis data.

b. Paques Platform.

Layanan software servis yang menawarkan layanan Big Data analitik berbasis cloud.

c. Warung Data.

Sebuah perusahaan yang melayani di bidang eksplorasi analisis dan intelejen data untuk mengolah Big Data menjadi yang dapat dipahami dengan mudah.

d. Dattabot.

Perusahaan Big Data analisis yang memiliki dan melakukan tugas pada bidang intergrasi data untuk mendapat nilai manfaat dari data yang dimiliki.

Karakter Big Data terdiri dari 4V ciri:

a. Volume.

Kelompok untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk transaksi bisnis, media sosial dan informasi dari data sensor.

b. Velocity (kecepatan).

Data yang akan dikirim terproses dengan cepat dan pengukuran yang mendorong kebutuhan untuk menghadapi banyaknya data yang masuk.

c. Variety (keberagaman).

Banyaknya jenis format dari data terstruktur dan angka dalam penyimpanan hingga dokumen.

d. Validitas (veracity).

Valid atau tidak dari data yang tersedia yang akan menentukan data itu dapat dipercaya agar diproses sebagai informasi yang akurat.

3. Artificial Intelligence,

Artificial Intelligence adalah teknologi komputer atau mesin yang memiliki pengetahuan dan kecerdasan seperti layaknya manusia dan bisa atau tidak diatur sesuai keinginan manusia. Sistem ini bekerja dengan mempelajari data yang diterima yang diatur oleh sistem yang dibuat pada AI tersebut. Dapat disimpulkan semakin banyak data yang diterima dan dianalisis, semakin baik juga AI dalam membuat prediksi pemikiran yang dilakukan.

4. Cloud Computing,

Komputasi awan (cloud computing) ialah teknologi serta sistem yang menjadikan internet sebagai pusat pengelolaan data dan aplikasi, dimana pengguna komputer diberikan hak akses menggunakan cloud untuk dapat mengkonfigurasi peladen (server) melalui internet. Ada tiga jenis model layanan dari komputasi awan, yaitu:

- a. Cloud Software as a Service (SaaS), yaitu layanan untuk menggunakan aplikasi yang telah disediakan oleh infrastruktur awan;
- b. Cloud Platform as a Service (PaaS), yaitu layanan untuk menggunakan platform yang telah disediakan, sehingga pengembang hanya fokus pada pengembangan aplikasi;
- c. Infrastructure as a Service (IaaS), yaitu layanan untuk menggunakan infrastruktur yang telah disediakan, dimana konsumen dapat memproses, penyimpanan, berjaringan, dan memakai sumber daya komputasi lain yang diperlukan oleh aplikasi.

Contoh produk Cloud yang ada, antara lain:

- a. K-Cloud



- b. CloudKilat
  - c. DewaWeb
  - d. IDCloudHost
  - e. FreeCloud
5. Additive Manufacturing.

Additive manufacturing ialah terobosan terbaru di industri manufaktur dengan memanfaatkan mesin pencetak 3D atau sering dikenal dengan istilah 3D printing. Gambar desain digital yang telah dibuat menjadi benda nyata dengan ukuran dan bentuk yang sama dengan desain yang diinginkan atau dengan skala tertentu. Teknologi ini, mampu memproduksi lebih banyak desain dan memproduksi barang yang tidak bisa dibuat dengan teknologi manufaktur tradisional.

Selanjutnya, masyarakat dihimbau untuk memahami platform dan fitur yang berada di marketplace, seperti analitik, manajemen pesanan, promosi dan lainnya. Dan juga memberikan tips dalam memilih platform toko online yang baik dan benar.

1. Pilih platform yang menyediakan fitur yang sesuai dengan kebutuhan bisnis.
2. Evaluasi biaya dengan cara mempertimbangkan biaya platform, biaya hosting, dan biaya integrasi lainnya ketika memilih platform e-commerce.
3. Pertimbangkan kemudahan penggunaan platform yang mudah digunakan dan intuitif.
4. Pertimbangkan fleksibilitas dengan cara memilih platform yang fleksibel yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan.
5. Evaluasi keamanan dengan cara memilih platform yang menyediakan fitur keamanan, seperti enkripsi data.
6. Pertimbangkan dukungan pelanggan dengan cara pilih platform yang menyediakan dukungan pelanggan yang memadai.

Lalu, mengoptimalkan profi bisnis dengan cara memasukan deskripsi bisnis, foto produk, dan informasi lainnya secara lengkap dan menarik. Dan tidak lupa juga menggunakan kata kunci yang relevan agar produk mudah ditemukan. Tidak lupa untuk terus memantau stok serta pesanan dengan menggunakan sistem menejemen yang efisien, dan segera menanggapi pesanan dan memastikan untuk pengiriman secara tepat waktu. Memberikan kualitas layanan pelanggan yang baik dengan merespon dan menjawab dengan cepat dan tanggap mengenai ulasan tersebut.

Lakukan promosi dan pemasaran secara terus menerus dengan memanfaatkan fitur promosi yang disediakan oleh platform marketplace, lalu gunakan media sosial untuk memperluas jangkauan promosinya. Gunakan analisis data analitik dari platform untuk memahami tren penjualan, preferensi pelanggan, dan performa produk. Selalu perbarui daftar produk dan informasi terkait, lalu terus mencari inovasi untuk meningkatkan daya tarik produk. Pastikan sistem pembayaran yang aman dan data pelanggan terlindungi. Dan patuhi kebijakan platform dan aturan hukum terkait bisnis online. Dan siap juga untuk beradaptasi dengan perubahan tren pasar atau kebutuhan pelanggan.

### **KESIMPULAN**

Dari kegiatan yang telah dilakukan untuk mengedukasi masyarakat mengenai kegiatan pengelolaan bisnis secara online. Tim pengabdian masyarakat melakukan seminar pembinaan UMKM melalui pengelolaan bisnis di marketplace. Dengan harapan agar masyarakat di lingkungan H. Ten dapat menambah penjualan masyarakat, serta memaksimalkan pemasaran produk atau jasa dari usaha masyarakat melalui marketplace online. Dan agar masyarakat pada daerah H. Ten memperoleh wawasan pengenalan marketplace dan memaksimalkan usaha mereka melalui dunia maya. Selain itu, pembinaan ini juga dapat berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada masyarakat sekitar.

Jadi menurut Ummi Lia selaku pelaku UMKM di sekitar lingkungan Masjid Jam'iyatul Khair, pembinaan ini bermanfaat dan dapat diterapkan dalam bisnis UMKM tersebut.

## Daftar Pustaka

- Rizkinaswara, Leski. (2020), “*Revolusi Industri 4.0*” Ditjen Aplikasi Informatika, Jakarta. [Online]. Tersedia: <https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/revolusi-industri-4-0/> direkam 28 Januari 2020. [18 Januari 2024].
- Fandy, A. (2023), “*Pengertian Revolusi Industri 4.0: Jenis, Dampak dan Contoh Penerapannya*”, GramediaBlog. [Online]. Tersedia: <https://www.gramedia.com/best-seller/revolusi-industri-4-0/> direkam 21 Januari 2023. [21 Januari 2024].
- Parman, Muhamad Rusdy. (2023), “*Cara mengelola Bisnis di Marketplace Berbasis Handphone*”, Jakarta. Makalah yang dipresentasikan dalam seminar pada tanggal 11 November 2023. [21 Januari 2024].
- Suwarni, Indah & Agus Salim. (2023), “*E-Commerce : Review Pelaksanaan Transaksi Usaha Syariah*”, Jakarta. [Online]. Tersedia: <https://jurnal.uic.ac.id/index.php/Al-Musyarakah/article/view/142> direkam pada 15 Agustus 2023. [21 Januari 2024].