Ahsana
Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Vol. 1, No. 1 - Februari 2023, Hal. 40-47
DOI: ahsana.v1i1.312

Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Penjualan Tas Tenggok Lestari Di Masa Pandemi

Mila Nur Fitriana[1] , Uus Uswatusholihah[2]
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah
E-mail: mnfitriana111@gmail.com[1], uus@iainpurwokerto.ac.id[2]

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
10.01.2023	25.01.2023	05.02.2023	17.02.2023

Abstract: *The Tenggok Lestari bag is a hand craft that is made manually to function as a container or place to carry goods and equipment. Kaliori Village is one of the villages in Kalibagor District, Banyumas Regency which produces bags made from used plastic ropes that can be purchased at the building shop. The sales of Tenggok Lestari Bags are still low because they are only sold to local people. Coupled with the Covid-19 pandemic, demand has decreased. This is due to the lack of knowledge about marketing strategies and the use of technology in marketing products. Marketpalce is the right alternative choice to market as well as introduce the Tenggok Lestari bag product widely and without limitation. Therefore, training and assistance are needed for the Tenggok Lestari Bag business actors through the Religious Moderation Community Service Program at UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. This activity aims to find out the use of markerplaces as a medium for selling products. This method uses qualitative research to provide an overview of the use of the marketplace.*
Keywords: *Sustainable Tenggok Bag, Utilization, Marketplace, Sales*

Abstrak: Tas Tenggok Lestari merupakan suatu kerjainan tangan yang dibuat secara manual berfungsi sebagai wadah atau tempat untuk membawa barang dan perlengkapan. Desa Kaliori merupakan salah satu Desa yang berada di Kecamatan Kalibagor Kabupaten BAnyumas yang memproduksi tas yang berbahan dasar tali bekas plastik yang dapat dibeli di Toko Bangunan. Penjualan dari Tas Tenggok Lestari ini masih rendah dikarenakan hanya dijual kepada orang sekitar saja. Ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 permintaan menurun. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai startegi pemasaran dan pemanfaatan teknologi dalam memasarkan produk. *Marketpalce* merupakan pilihan alternatif yang tepat untuk memasarkan sekaligus memperkenalkan produk Tas Tenggok Lestari secara luas dan tidak terbatas. Maka diperlukan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha Tas Tenggok Lestari melalui mahasiswa KKN Moderasi Beragama UIN Prof.K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan markerplace sebagai media penjualan produk. Metode ini menggunakan penelitian kualitatif untuk memberikan gambaran secara umum pemanfaatan marketplace.
Kata Kunci: Tas Tenggok Lestari, Pemanfatan, Marketplace, Penjualan

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya ilmu teknologi, informasi, dan komunikasi saat ini terjadi sangat pesat hampir di seluruh dunia memiliki pengaruh yang besar terjadi di beberapa aspek kehidupan. Kemajuan teknologi ini juga di tandai dengan semakin berkembangnya interaksi yang terjadi di media sosial secara online, memuat masyarakat semakin di permudah dalam melakukan kegiatan kehidupan sehari-hari mulai dri mencari informasi, mencari hiburan, bekerja, bertransaksi, dan kegiatan-kegiatan lain yang memanfaatkan internet. Segala hal ada di internet dan banyak sekali sumber yang tersaji. Masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi hanya dengan mengetikan kata kunci yang dibutuhkan dalam mesin pencarian maka dengan mudah informasi yang di buruhkan akan di dapatkan. Hal yang melatar belakangi perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi adalah adanya kebutuhan masyarakat yang semakin hari semakin dituntut agar dapat menjalankan segala sesuatu secara cepat, mudah, dan lebih efektif . Hal ini membuat para pelaku usaha mengikuti segala perubahan yang terjadi agar usaha mereka tetap bertahan. Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi diikuti dengan berkembangnya jaringan internet yang sangat pesat di Dunia termasuk Negara Indonesia. Penggunaan internet di Indonesia sangat membantu masyarakat dan dari itu masyarakat mulai banyak memanfaatkan dalam berbagai bidang termasuk bidang ekonomi diantaranya, memberikan informasi mengenai suatu produk yang di jual, membantu dan menyelesaikan transaksi pembelian, membantu dan menyelesaikan pekerjaan, memperkenalkan suatu produk secara *online.*

Penggunaan internet yang semakin meningkat di Indonesia berpengaruh juga pada perkembangan *e-commerc*e di Indonesia yaitu pada forum jual beli online. *E-commerce* atau bisa d sebut juga dengan perdagangan elektronik adalah sebuah kegiatan penyebaran, penjualan, pembelian,

Vol. 1, No. 1 - Februari 2023, Hal. 40-47
DOI: ahsana.v1i1.312

pemasaran produk (barang dan jasa) dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet, televisi, atau jaringan komputer lainnya. Pada zaman seperti ini belanja secara *online* menjadi gaya atau trend yang sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia khususnya karena dengan belanja online konsumen dapat memperoleh produk yang mereka inginkan tanpa menggunakan banyak waktu dan tenaga serta adanya harga yang dapat bersaing lebih murah dengan kualitas yang bagus.

Marketplace adalah wadah atau tempat dalam memasarkan suatu produk secara elektronik atau online dengan mempertemukan penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi (Apriyadi, 2017). Keuntungan ketika berjualan di *Marketplace* diantaranya, tidak diharuskan memiliki toko *offline*, pelaku usaha hanya di perlukan pendaftaran saja untuk memulai berjualan, banyak promo yang biasanya di sediakan oleh salah satu platform *Marketplace*, bisa diakses dimana pun dan kapan saja.

Hasil riset dari Badan Statistik Indonesia di tahun 2020 mewabahnya virus *Covid-19* dan kebijakan pembatasan gerak menyebabkan berkurangnya interaksi langsung antar pelaku usaha dengan pembeli dalam menjalankan roda perekonomian dan perdagangan. Pada tahun 2019 di salah satu media online menyebutkan data Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (UMKM RI) tahun 2017 memiliki unit UMKM dengan pangsa pasar mencapai 99,99% atau 62,9 juta unit, sementara usaha besar hanya berkembang sebanyak 0,01% atau sekitar 5400 unit dari total pelaku usaha yang ada di Indonesia. Tenaga kerja yang terserap pada usaha besar hanya 3% sisanya terserap pada UMKM yang dapat mencapai 97% dari tenaga kerja Nasional dengan rincian usaha mikro sebanyak 107,2 juta jiwa , usaha kecil sebanyak 5,7 juta jiwa, usaha menengah sebanyak 3,37 juta jiwa , dan usaha besar menyerap 3,58 juta jiwa.

Memberikan bimbingan dan pelatihan kepada UMKM Tas Tenggok Lestari yang bertempat di Desa Kaliori Kecamatan Kalibagor terkait dengan pemanfaatan Marketplace sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi ini sebagai media untuk tetap menjadi sarana promosi produk UMKM yang tentunya sangat bermanfaat bagi pelaku usaha. Kedepannya pelaku usaha Tas Tenggok Lestari dapat dengan mudah untuk bertransaksi secara online dimana dapat menghemat waktu dan tenaga serta penjualan yang akan di dapatkan lebih luas.

Kegiatan bimbingan dan pelatihan ini yang diberikan oleh Kelompok 16 KKN Kecamatan Kalibagor kepada pelaku UMKM terkhusus Tas Tenggok Lestari agar bisa mandiri dan kreatif supaya bisa memanfaatkan marketplace.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan ini yang di laksanakan pada bulan Agustus 2021 oleh KKN Moderasi Beragama Cluster 16 kecamatan Kalibagor di runag produksi tas Tenggo Lestari Desa Kaliori Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas. Subjek dari penelitian ini adalah UMKM Tas tenggok Lestari pemilik Ibu Rasmiyah.

Dalam meakukan kegiatan pengabdian masyarakat memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan yaitu :

A. Persiapan

Persiapan merupakan langkah awal yang dilakukan sebelum kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan. Dalam hal ini ASPIKMAS Kecamatan Kalibagor melakukan perizinan dengan pelaku usaha Tas Tenggok Lestari dengan Ibu Rasmiyah dan di sepakati pelaksanaan pada tanggal 1 Agustus 2021.

B. Pelaksanaan

Tahap pelaksaan merupakan tahap kedua setelah persiapan yang melakukan perizinan kepada pelaku usaha Tas Tenggok Lestari. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup :

a. Penyuluhan dengan memberikan pemahaman pemanfaatan Markerplace kepada UMKM Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas terkhsuus UMKM Tas Tenggok Lestari Desa Kaliori sebagai media sosial sarana promosi dan penjualan.
b. Di adakan sesi diskusi dengan pelaku usaha UMKM tanya jawab mengenai kendala UMKM
c. Melakukan praktek atau pengaplikasian kegiatan ini secara langsung cara membuat toko online, registrasi, memposting produk, dan melakukan transaksi.

C. Evaluasi

Vol. 1, No. 1 - Februari 2023, Hal. 40-47
DOI: ahsana.v1i1.312

Kegiatan evaluasi yang di laksanakan setelah pelaksanaan kegiatan menilai dan memperbaiki apa yang kurang dari kegiatan tersebut dan melibatkan semua pihak terkait terutama pelaku usaha UMKM Tas Tenggok Lestari.

D. Pembuatan Laporan

Kegiatan yang telah berlangsung dengan memberikan penyuluhan atau bimbingan kepada pelaku usaha UMKM Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas terutama Tas Tenggok Lestari Desa Kaliori akan di dokumentasikan dalam sebuah laporan jurnal yang akan diterbitkan. Tahapan yang di lalui dalam melakukan pengabdian masyarakat dapat dilihat dalam gambar 1.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tas Tenggok Lestari merupakan usaha kerajinan tangan yang di buat oleh Ibu Rasmiyah sebagai mata pencaharian sehari-hari. Tas Tenggok lestari ini terbuat dari tali plastik bekas yang sudah di daur ulang yang biasanya dapat di beli di Toko Bangunan dengan hitungan per kilo gram. Tas Tenggok Lestari ada beberapa variasi bukan hanya tas saja namun ada yang berbentuk pot bunga, keranjang , dan tas biasa. Kegunaan dari Tas Tenggok Lestari ini sebagai wadah atau tempat untuk membawa barang atau perlengkapan yang dibutuhkan, biasanya tas jenis plastik yang berasal dari bahan baku plastik daur ulang ini sering di gunakan untuk keperluan belanja ke pasar. Karena tas ini lebih efisien dan ramah lingkungan, harganya juga ekonomis dan juga awet. Tersedia banyak ukuran dari mulai kecil, sedang, hingga besar. Harga yang di jual pun berkisar dari Rp 5.000 - 25.000 untuk pot dan tas pasar, untuk keranjang harga bervariasi tergantung dengan ukuran dan tingkat kerumitan yang di pesan langsung oleh konsumen. Dalam menjalankan usaha menengah ini Ibu Rasmiyah mulai merintis pada tahun 2019 dan mulai bergabung dengan Grup ASPIKMAS Kecamatan Kalibagor sekitar satu tahun yang lalu pada bulan Maret 2020.

Produksi Tas Tenggok Lestari ini karena masih manual dan mengandalkan keterampilan tangan yang harus di miliki dan Ibu Rasmiyah hanya di bantu suami dan satu pekerja yang membantu. Pembuatan kerajinan ini dapat di katakan sangat membutuhkan kesabaran dan ketelatenan karena memakan banyak waktu dalam sehari saja satu orang hanya mendapatkan paling banyak 4 buah tas biasa yang di gunakan ke pasar , berbeda jika ada pesanan keranjang plastik besar itu sehari hanya mendapatkan 2 buah saja.

UMKM Tas Tenggok Lestari setelah masuk di grup ASPIKMAS Kecamatan Kalibagor mulai lebih di kenal lagi oleh kalangan masyarakat. Pada tahun 2021 Tas Tenggok Lestari mengikuti kegiatan pameran yang di laksanakan oleh panitia ASPIKMAS Kecamatan Kalibagor yang di selenggarakan di balai Desa Kaliori, di sana Ibu Rasmiyah mengikuti pameran tersebut dan mendapatkan respon baik dari masyarakat.

Kerajinan Tas Tenggok Lestari yang di miliki oleh Ibu Rasmiyah memiliki beberapa kelebihan diantaranya :

a. Tas Tenggok Lestari merupakan tas dengan kerajinan tangan yang indah

Vol. 1, No. 1 - Februari 2023, Hal. 40-47
DOI: ahsana.v1i1.312

b. Tas Tenggok Lestari yang memiliki nilai jual tinggi karena pasri di butuhkan untuk keperluan sehari-hari
c. Tas Tenggok Lestari yang memiliki nilai kualitas tinggi serta ekonomis dapat di jangkau oleh semua kalangan dari kalangan bawah, menengah, dan atas.
d. Pembuatas Tas tenggok Lestari yang memerlukan kesabaran dan ketelatenan dalam proses pembuatan
e. Bahan dasar pembuatan tas tenggok Lestari yang relatif mudah di dapatkan di berbagai toko bangunan dengn nharga yang lebih terjangkau ula
f. Pengunaan Tas Tenggok Lestari yang efeiensi karena ramah lingkungan dapat menghemat penggunaan kantong kresek
g. Daya tampung atau kapasitas yang di miliki oleh Tas Tenggok Lestari lebih kuat dan tahan lama



Gambar 2 . Produk dari Tas Tenggok Lestari Desa Kaliori Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas.

Dalam menjalankan usaha Tas Tenggok Lestari ini pasti banyak sekali hal yang belum di ketahui oleh pelaku usaha yang akhirnya dapat menghambat dari proses pembuatan sampai penjualan. Di masa pandemi seperti ini memang penjualan tas Tenggok Lestari ini juga berdampak karena berkurangnya permintaan dari konsumen.

Tabel 1. Tabel identifikasi hambatan dan solusi

No	Hambatan	Solusi
1	Kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku usaha mengenai teknologi , informasi, dan komunikasi	Sosialisasi mengenai pemanfaatan *Marketplace* serta manfaat yang di dapatkan ketika berjualan secara *online*
2	Kurangnya pemahaman pelaku usaha dalam mengoperasikan *marketplace* sebagai sarana promosi dan pemasaran produk	Pelatihan yang dilakukan agar pelaku usaha mengerti sistem berjualan di *marketplace*
3	Menurunnya pemasukan Tas Tenggok Lestari akibat pandemi *Covid-19*	Pelatihan pembuatan akun toko *online* di *marketplace*
4	Efisiensi waktu yang di gunakan dalam pembuatan tas tenggok lestari	

Hambatan tersebut menjadi faktor yang sangat berpengaruh dalam melakukan produksi Tas tenggok Lestari dan dari itu juga harus adanya jalan keluar yang menjadi point utama agar produksi mereka tetap berjalan dan bertahan di tengah pandemi Covid-19.

Hingga saat ini pembuatan Tas Tenggok Lestari yang masih mengandalkan keterampilan tangan yang membutuhkan kesabaran dan ketelatenan dalam membuatnya membutuhkan waktu lama, jadi ketika ada yang memesan dalam jumlah yang lumayan banyak harus jauh-jauh hari agar pesanan tidak terjadi *hit and run* yang dapat menyebabkan pesanan dibatalkan karena tidak

Vol. 1, No. 1 - Februari 2023, Hal. 40-47
DOI: ahsana.v1i1.312

lumayan banyak seperti pada waktu akan menjelang lebaran, akhir tahun, atau ketika ada kegiatan yang membutuhkan *souvenir* atau cindera mata Tas Tenggok Lestari ini juga bagus.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat terhadap UMKM Tas Tenggok Lestari ini mengacu pada program kerja KKN Modernasi Beragama cluster 16 Kecamatan Kalibagor. Dimana adanya pemberdayaan masyarakat melalui sektor ekonomi yang di pilih adalah UMKM. Kuliah Kerja Nyata merupakan salah satu bentuk pengabdian perguruan tinggi kepada masyarakat yang di lakukan oleh mahasiswa aktif dan memiliki tanggung jawab yang tinggi untuk memajukan dan menyejahterakan masyarakat.

1. Proses Produksi Tas tenggok Lestari

Tas Tenggok Lestari merupakan kerajinan tangan yang masih dibuat secara manual yang digunakan sebagai wadah atau tempat untuk menaruh barang atau perlengkapan selain menjadi wadah atau tempat untuk menaruh barang produk dari Tas Tenggok lestari juga bisa digunakan sebagai hiasan untuk mempercantik sudut ruangan. Proses produksi Tas tenggok Lestari ini membutuhkan kesabaran dan ketelatenan serta waktu yang cukup banyak karena ini modelnya anyaman sehari paling banyak satu orang hanya menghasilkan 4 buat Tas yang siap untuk di jual. Langkah-langkah dalam pembuatan Tas Tenggok Lestari antara lain :

a. Menyiapkan bahan baku tali plastik daur ulang
b. Mengukur dengan tatakan kayu yang berbentuk persegi panjang untuk luas dalamnya
c. Menggunting sesuai ukuran dan ambil beberapa pilihan wara tali agar lebih bervariasi serta menarik
d. Mulai menganyam dari sisi yang paling bawah duku atau alas
e. Dalam proses menganyam dari paling bawah ke atas arus teliti jangan ada anyaman yang terlewat karena itu bisa mempengaruhi kekuatan dari tas tersebut
f. Jika sudah mulai berbentuk persegi panjang tatakan kayu bisa di lepas
g. Langkah selanjutnya adalah membuat gagang atau tali tentengan untuk tas tersebut
h. Tali untuk di tentengan terbuat dari selang air yang sudah terbukti kuat
i. Langkah terakhir adalah mengunci tali tenteng tersebut.



Gambar 3. Proses Pembuatan Tas Tenggok Lestari

2. Proses Pembuatan Foto Produk Tas Tenggok Lestari

Dalam memasarkan produknya foto adalah unsur yang sangatlah penting bagaimana kita mengambil metode gambar dari sebuag produk. Hal ini di lakukan untuk menjelaskan bentuk fisik dan juga fungsi dari produk tersebut agar terlihat menarik sehingga penjualan meningkat.

Manfaat lainya ketika suatu produk mempunya foto produk agar dapat menunjang penjualan diantaranya, mambangun reputasi bisnis foto produk bisa untuk branding pada bisnis lewat foto produk ini memberikan kesan bahwa brand yang di miliki kredibel, profesional, dan dapat bersaing. Selain itu juga dapat menggambarkan nilai , personalitas, dan kualitas brand. Kedua, meningkatkan fisitabilitas bisnis konten yang berbentuk visual mendapatkan peluang yang besar gar dapat di bagikan ke beberapa channel sosial media, foto produk yang unik dan menawan dapat menarik minat bagi konsumen. Ketiga, dapat memikat lebih banyak konsumen karena dengan foto produk dapat

Vol. 1, No. 1 - Februari 2023, Hal. 40-47
DOI: ahsana.v1i1.312

meyakinkan para pelanggan dengan melihat foto yang di bagikan atau di posting di sosial media. Keempat, dapat memperoleh rate tinggi yang diinginkan.

Tas Tenggok Lestari karena di pasarkan secara langsung dan belum ke tahap online mereka belum mempunyai foto produk sebagai media penunjang penjualan. Dengan itu kami membuatkan foto produk dan juga logo Tas Tenggok Lestari agar menjadi identitas Tas Tenggok Lestari



Gambar4. Foto Produk dan Logo Tas Tenggok Lestari

3. Pelatihan Pembuatan Toko Online

Setelah melakukan proses pembuatan dan foto produk , langkah selanjutnya adalah pelatihan membuat toko online agar dapat berjualan di marketplace. Harapannya pelaku usaha dpat memanfaatkan perkembangan teknologi yang sekaligus dapat meningkatkan penjualan serta mempromosikan produk. Banyak sekali fitur yang tersedia di marketplace untuk memudahkan para pelaku usaha tinggal di manfaatkan. Pandemi covid-19 menjadikan semua orang untuk lebih memutar pilihan mana yang harus di ambil salah satunya dengan berjualan secara online. Berikut ini fungsi dari marketplace diantaranya:

a. Menjadi tempat dimana pembeli berkumpul

Walaupun berkumpul disini yang di masksud bukan bertatap muka secara langsung , tak hanya satu kota saja namun dari berbagai penjuru Indonesia di marketplace para penjual bisa berkumpul dan dapat dengan mudah untuk mengetahui toko orang lain.

b. Sebagai penghubung antara pembeli dengan penjual

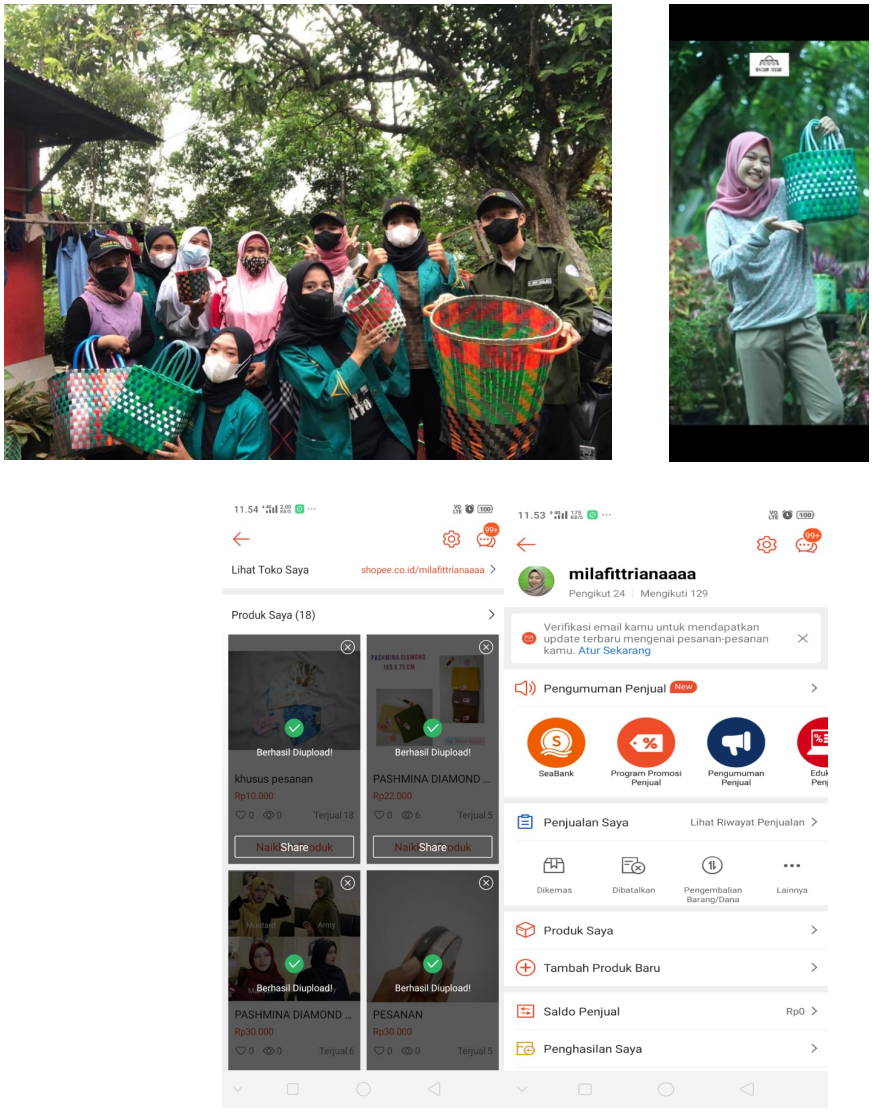
Pembeli akan lebih mudah untuk mengakses toko online yang dimiliki oleh pelaku usaha, dan dengan begitu kebutuhan pemberi dapat terpenuhi secara cepat karena dapat menghemat waktu dan tenaga.

Vol. 1, No. 1 - Februari 2023, Hal. 40-47
DOI: ahsana.v1i1.312

c. Sebagai relasi antar pelaku usaha dengan pelaku usaha yang lain
d. Adanya sarana promosi yang memedai tanpa adanya pungutan biaya yang besar

Kelebihan berjualan di marketplace :
a. Dapat di jangkau oleh semua orang dan kalangan
b. Marketplace lebih mudah untuk pengelolahannya
c. Memiliki potensi yang besar dan luas
d. Memiliki potensi penjualan yang lebih banyak karena dapat di akses oleh semua orang dan kalangan
e. Dapat lebih meyakinkan bagi pembeli untuk melakukan pembelian

Tas Tenggok Lestari ini memiliki peliang yang cukup besar ketika dapat membuka toko online , karena Tas Tenggok Lestari pembuatan masih manual dan nilai seni masih melekat serta kualitas yang bagus dan nilai keindahannya pun masih ada. Pembeli akan tertarik dan melakukan transaski online yang kemudian akan di transaksi lalu di kirimkan melalui jasa ekspedisi. Pemanfaataan *marketplace* bisa di *Shopee, Tokopedia, Lazada, Facebook , atau aplikasi platfrom* jual beli lainnya.



Gambar 5. Pembuatan Toko Online Tas Tenggok Lestari di *Shopee*

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang di lakukan oleh mahasiswa UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan pemberdayaan ekonomi UMKM Kecamatan Kalibagor sangatlah penting.

Vol. 1, No. 1 - Februari 2023, Hal. 40-47
DOI: ahsana.v1i1.312

Dengan cara menemukan pilihan alternatif agar tetap bertahan berjualan ditengah pandemi ini dan memanfaatkan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi, yaitu belajar lebih mengenai marketplace dan platfom jual beli online yang dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan promosi produk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

Anita Desiani, Irmeilyana, Ajeng Islamia, Enyata Yuniar, Nur Avis, Siddiq M, Ali Amran. (2021). *Pemanfaatan Marketplace Shopee Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Pemasaran Kain Songke*t.Jipemas : Jurnal Inonasi Hasil Pengabdian Masyarakat

Renna Y, Prita H, Erfanti F. (2021). *Pemanfaatan Marketplace Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk Umkm Pada Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten Bantul*. Jurnal Dharma Bakti Vol.4 No.1

Nuraida Wahyuni, Ade Irman. Akbar Gunawan. (2017). *Pengenalan Dan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Untuk Pelaku Umkm Wilayah Cilegon.*

Zanuar Rifai, Luzi Dwi. (2018). *Pelatihan Aplikasi Teknis Online Marketplace Pada Sentra Umkm Banyumas "Pratistha Harsa" Untuk Pemasaran Prosuk Secara Online*. Jurnal Abdimas Bsi

Fina F, Anum N, Tati R, Yolanda. (2021(. *Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Pada Umkm Dalam Masa Covid-19.* Jurnal Dedikasi Pkm Vol 2 N0. 2

Almira Shabrina. (2021). *Pemanfaatan E-Marketing Sevagai Bentuk Pemberdayaan Umkm Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*. Jurnal Imu Komunikasi Conneted

Achmad Fauzi, Dade Maulana. (2020). *Bimbingan Teknis Penggunaan Dan Pemanfaatan Narketplace Bagi Pelaku Bisnis Di Wilayah Jagakarsa.* Jurnal Pengabdian Teratai

Agus Dwi , Fadilla Ajwng, Asfarina, Hesti S. (2021). *Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandei Covid-19*. Scientific Journal Of Reflection

Husni Awali & Farida Rohmah. (2020). *Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlamgsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam Balanco

Oryz Agnu, Ujiani, Nita R. (2020). *Analisis Pemanfataan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk Umkm Di Purbalingga*. Jurnal Ekonomi Manajemen Vol 6 No 2