



## PENGENALAN DAN PENDAMPINGAN PEMANFAATAN MARKETPLACE E-COMMERCE BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN LIALANG-SERANG

Isnaini Mahuda<sup>1</sup>, Aria Cendana Kusuma<sup>2</sup>, Ranny Meilisa<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Bina Bangsa

Email: [isnaini.mahuda@binabangsa.ac.id](mailto:isnaini.mahuda@binabangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [ariaack@binabangsa.ac.id](mailto:ariaack@binabangsa.ac.id)<sup>2</sup>, [ranny.meilisa@binabangsa.ac.id](mailto:ranny.meilisa@binabangsa.ac.id)<sup>3</sup>

### Abstract

*Human physical movement space has increasingly limited the effects of the Covid-19 pandemic online businesses are increasingly mushrooming in the community. Nowadays, it is getting familiar term e-commerce which stands for electronic commerce, which means trading electronically. With this e-commerce many many berhingga-bagi existing, it can not be dipupong that e-commerce provides a good enough for angkatanni. Growing e-commerce is also inseparable from the name of the marketplace. One type of business that began to have many marketplaces is Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Lialang village, located in Taktakan-Kota Serang Subdistrict, has many MSME umkm actors engaged in production, handicrafts, and many other productions. Which method is the way of community activities is training and mentoring that berkurun. This activity is the community in Kelurahan Lialang, especially UMKM actors subdistrict a lot of information and education about e-commerce and know various types of marketplaces, benefits and which ones become dilim online through the marketplace as well. In addition, this activity can be a business of MSMEs for their products broader existing marketplace and innovate and change in its more advanced and growing business*

**Keywords:** E-commerce, Lialang Village, Marketplace, MSMEs

### Abstrak

Ruang gerak aktivitas fisik manusia yang semakin terbatas efek dari pandemi Covid-19 membuat bisnis online semakin menjamur di tengah masyarakat. Saat ini sudah mulai familiar istilah e-commerce yang merupakan singkatan dari electronic commerce yang artinya perdagangan yang dilakukan secara elektronik. Dengan adanya e-commerce ini memberikan banyak kemudahan bagi pelakunya sehingga tidak bisa dipungkiri bahwa e-commerce memberikan peluang yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan. Perkembangan e-commerce ini juga tidak terlepas dari yang namanya marketplace. Salah satu jenis usaha yang mulai banyak memanfaatkan keberadaan marketplace yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kelurahan Lialang, berada di Kecamatan Taktakan-Kota Serang, merupakan daerah yang memiliki sejumlah pelaku UMKM diantaranya UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan, kerajinan tangan dan masih banyak jenis produksi yang lainnya. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan terstruktur. Hasil dari kegiatan ini masyarakat di Kelurahan Lialang khususnya para pelaku UMKM mendapatkan banyak informasi dan edukasi tentang e-commerce dan lebih mengenal berbagai jenis marketplace, kemudahan serta manfaat yang akan diperoleh dalam berjualan secara online melalui marketplace yang tersedia. Selain itu, diharapkan kegiatan ini dapat memotivasi pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara lebih luas memanfaatkan marketplace yang ada serta melakukan inovasi dan modifikasi terhadap produknya agar usahanya lebih maju dan berkembang

**Kata kunci:** E-commerce, Kelurahan Lialang, Marketplace, Pelaku UMKM

---

### LATAR BELAKANG PELAKSANAAN

Teknologi informasi dan komunikasi digital khususnya dalam penggunaan internet mengalami perkembangan yang sangat pesat saat ini. Bahkan penggunaan internet bagi sebagian besar masyarakat telah menjadi kebutuhan pokok disamping sandang, pangan dan papan. Perkembangan penggunaan internet yang semakin pesat ini didukung oleh data yang diansir Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang menyebutkan bahwa 196,7 juta atau 73,7% dari populasi warga Indonesia sudah

menjadi pengguna akses internet pada kuartal II/2020. Jumlah ini tentunya bertambah sekitar 25,5 juta pengguna dibandingkan tahun lalu.

Melonjaknya penggunaan internet ini juga tidak terlepas dari kondisi yang dihadapi manusia di tengah pandemi covid-19 yang membuat ruang aktivitas fisik menjadi terbatas. Hampir semua bentuk aktivitas yang biasa dilakukan secara offline mulai bergeser menjadi online. Tak terkecuali dalam kegiatan perdagangan ataupun bisnis jual beli yang terjadi di tengah masyarakat saat ini. Keberadaan bisnis jual beli online di masa pandemi covid 19 semakin menjamur sehingga mulai familiar istilah e-commerce.

Kata e-commerce adalah singkatan dari electronic commerce yang artinya perdagangan yang dilakukan secara elektronik. C. Laudon dan P. Laudon (2005) mendefinisikan bahwa e-commerce merupakan proses pembelian dan penjualan jasa dan barang barang secara elektronik dengan transaksi bisnis terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lain. Lebih lanjut, Wong (2010) menjelaskan e-commerce sebagai proses jual beli dan memasarkan barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti radio, televisi dan jaringan komputer atau internet. Dengan kata lain, e-commerce dapat diartikan sebagai bisnis jual beli yang dilakukan secara online menggunakan internet. Dengan adanya e-commerce ini memberikan banyak kemudahan bagi pelakunya sehingga tidak bisa dipungkiri bahwa e-commerce memberikan peluang yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan.

Perkembangan e-commerce tidak terlepas dari yang namanya marketplace. Marketplace ini dapat diartikan sebagai wadah dalam memasarkan produk secara elektronik yang mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi (Apriadi, 2017). Dengan adanya marketplace dalam e-commerce ini, penjual tidak perlu membutuhkan lokasi atau tempat usaha secara fisik untuk memasarkan produknya. Hanya perlu membuat akun untuk proses registrasi kemudian dapat memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia dalam marketplace tersebut untuk meningkatkan pelayanan dan promosi. Dari sisi pembeli, kemudahan yang diperoleh yaitu dapat menemukan barang atau jasa yang diinginkan tanpa menghabiskan banyak waktu dan tenaga serta bisa mendapatkan harga yang cukup terjangkau dengan kualitas barang yang bagus.

Salah satu jenis usaha yang terdampak oleh munculnya e-commerce ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang disingkat UMKM. Keberadaan UMKM saat ini tidak bisa dipandang sebelah mata. Pertumbuhannya yang terus meningkat menjadi fokus utama pihak-pihak terkait agar usaha ini bisa terus dibina dan dikembangkan. Menurut Undang- Undang No.20 tahun 2008 menyebutkan bahwa yang dimaksud usaha mikro adalah jenis usaha yang memiliki kriteria yaitu asset maksimal 50 juta rupiah dan omset maksimal 500 juta rupiah. Adapun kriteria usaha kecil yaitu asset 50-500 juta rupiah dan omset 300 juta – 2,5 milyar rupiah, sedangkan kriteria usaha menengah yaitu mempunyai asset 500 juta- 10 milyar rupiah dan omset 2,5 – 50 milyar rupiah. Dalam upaya membina dan mengembangkan UMKM di tengah kemunculan e-commerce ini, pemerintah, dibawah Kementerian Koperasi dan UKM bersama Kementerian Kominfo mencanangkan gerakan UMKM Go-

Online di 30 Kota/Kabupaten di Indonesia untuk menjadikan Indonesia sebagai Digital Energy of Asia (Kominfo.go.id).

Kota Serang-Provinsi Banten, merupakan salah satu kota di Indonesia yang jumlah pelaku UMKM-nya cukup besar. Data yang dilansir dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Banten tahun 2018 tercatat jumlah usaha mikro di Kota Serang yaitu sebanyak 6.945, jumlah usaha kecil sebanyak 3.595, dan jumlah usaha menengah yaitu sebanyak 222. Besarnya jumlah UMKM di Kota Serang ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk terus meningkatkan dan memperluas akses pasarnya tidak hanya di dalam kota Serang sendiri melainkan bisa menjelajah ke kota-kota lain di Indonesia bahkan hingga mancanegara. Salah satu kelurahan yang ada di Kota Serang yaitu Kelurahan Lialang, berada di Kecamatan Taktakan-Kota Serang, juga merupakan daerah yang memiliki sejumlah pelaku UMKM diantaranya UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan seperti opak singkong, bontot dan aneka kripik, UMKM yang bergerak di bidang produksi kerajinan tangan seperti pengrajin anyaman dan alat masak serta masih ada jenis UMKM yang lainnya. Namun dari hasil observasi lapangan ditemukan keterbatasan dari pelaku UMKM di Kelurahan Lialang-Kota Serang dalam mengembangkan usahanya secara online.

Untuk mendukung gerakan UMKM Go-Online yang dicanangkan oleh pemerintah maka pihak perguruan tinggi juga bertanggung jawab dalam membantu UMKM agar lebih siap menghadapi era digital dan bisnis online. Melihat potensi jumlah pelaku UMKM di Kelurahan Lialang-Kota Serang ini maka tim pengabdian kepada masyarakat melaksanakan kegiatan dalam bentuk edukasi terhadap istilah e-commerce dan juga memperkenalkan berbagai jenis marketplace yang tersedia dalam dunia e-commerce serta melakukan pendampingan secara langsung dalam memanfaatkan marketplace tersebut bagi pelaku UMKM di Kelurahan Lialang-Kota Serang.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di ruang aula Kelurahan Lialang yang beralamat di Jl. Wana Citra No.1, Lialang, Kecamatan Taktakan, Kota Serang, Banten. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Jumat, 28 Agustus 2020. Pesertanya adalah para pelaku UMKM di Kelurahan Lialang dan masyarakat setempat. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan terstruktur. Adapun maksud dari metode ini adalah metode ceramah-partisipatif, diskusi-informasi dan dilanjutkan dengan pendampingan serta pelatihan secara langsung tentang pembuatan akun salah satu contoh marketplace yaitu shopee. Secara lebih rinci pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diuraikan dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Kegiatan dan Metode

No.	Kegiatan	Metode	Alat/bahan
1	Pemaparan mengenai materi <i>e-commerce</i>	Ceramah, diskusi, Tanya jawab	Slide powerpoint, laptop dan infocus

2	Pengenalan istilah <i>marketplace</i> , macam-macamnya dan keunggulan serta manfaat penggunaan <i>marketplace</i>	Ceramah, diskusi, Tanya jawab	Prezi, laptop dan infocus
3	Pelatihan pembuatan akun Shopee	Demonstrasi, praktek dan Tanya jawab	Akun Shopee, gadget/laptop dan infocus
4	Pendampingan salah satu produk UMKM yang telah dibuatkan akun Shopee	Demonstrasi, praktek dan Tanya jawab	Produk

### PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya para pelaku UMKM di Kelurahan Lialang, Kecamatan Taktakan, Kota Serang sebagai peserta dalam kegiatan ini. Peserta kegiatan dapat memahami apa itu e-commerce sebagai sebuah proses transaksi jual beli baik produk barang ataupun jasa yang dilakukan secara elektronik yang memanfaatkan jaringan internet. Selain itu para peserta juga mendapatkan pengetahuan tentang istilah marketplace dan macam-macam marketplace yang populer dan banyak digunakan di Indonesia, serta manfaat dan kegunaannya. Pada bagian akhir, peserta juga diberikan pelatihan mengenai tutorial cara membuat akun di salah satu marketplace yaitu Shopee serta mendesain tampilan produk agar menarik untuk dipasarkan di marketplace tersebut. Tak ketinggalan pula pada bagian akhir dilakukan presentasi salah satu produk UMKM yang telah dilakukan pendampingan dalam memasarkan produknya di Shopee. Adapun secara lengkap pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari tiap kegiatan ini adalah sebagai berikut:

#### 1) Pemaparan mengenai materi e-commerce

Pada kegiatan ini dimulai dengan pengenalan tentang teknologi informasi dan dampak perkembangan teknologi informasi di dunia ekonomi dan bisnis khususnya yang terjadi di Indonesia. Selanjutnya, peserta diberi pemahaman mengenai apa itu e-commerce, definisi e-commerce menurut beberapa ahli, perkembangan e-commerce di Indonesia dan dampak dari perkembangan e-commerce bagi pebisnis, konsumen dan masyarakat serta manfaat dan problem yang muncul dari kehadiran e-commerce ini. Selain itu, peserta juga diberi pemahaman mengenai implementasi e-commerce dalam menjalankan suatu bisnis baik secara teknis maupun non teknis. Para peserta secara aktif mendengarkan pemaparan materi e-

commerce ini sehingga informasi yang disampaikan pemateri dapat terserap dengan baik. Hampir mayoritas peserta mengaku baru mengetahui istilah e-commerce ini setelah mendapatkan informasi dan pemaparan materi dari narasumber. Tentunya hal ini memberi manfaat yang cukup besar bagi peserta dalam menambah pengetahuan dan membuka wawasan peserta mengenai e-commerce.



Gambar 1. Narasumber Memaparkan Materi E-Commerce Dihadapan Peserta

## 2) Pengenalan Istilah Marketplace, Macam-macamnya dan Keunggulan serta Manfaat Penggunaan Marketplace

Dalam sistem e-commerce adalah istilah lain yang disebut marketplace. Pada dasarnya marketplace ini fungsinya sama seperti halnya pasar tradisional sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi. Hanya saja dalam marketplace ini proses transaksi dilakukan dengan menggunakan sistem yang terintegrasi oleh internet sehingga interaksi terjadi secara online. Pada bagian ini kegiatan yang dilakukan adalah pengenalan kepada peserta terkait istilah marketplace, macam-macam marketplace yang banyak tersedia dan digunakan oleh masyarakat Indonesia dan keunggulan serta manfaat dalam penggunaan marketplace. Dari hasil diskusi dengan peserta, proses transaksi jual beli yang biasa mereka lakukan secara online terbatas pada pemanfaatan media sosial yang dimiliki seperti jual beli melalui Whatsapp, Whatsapp Group, Facebook, dan hanya segelintir yang pernah menggunakan Instagram. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menggunakan teknologi menjadi penghambat upaya dalam mengembangkan usaha atau bisnis mereka secara online. Padahal ada banyak sekali marketplace yang telah tersedia yang memudahkan penggunaannya dalam bertransaksi secara online seperti misalnya Shopee, Buka Lapak, Tokopedia, Bli bli, Lazada, Elevania dan masih banyak yang lainnya.

Keunggulan dalam memanfaatkan keberadaan marketplace ini adalah fasilitas yang tersedia sudah lengkap, pelaku usaha hanya membutuhkan produk yang akan dijual, yang biasanya ditampilkan dalam bentuk foto produk. Foto produk ini diambil dengan menggunakan kamera baik kamera profesional maupun kamera smartphone. Yang terpenting foto produk yang disajikan terlihat jelas atau yang dikenal dengan istilah real pict. Hal-hal lain seperti tempat

menjual produk, cara menerima pesanan, proses atau metode pembayaran, metode pengiriman dan customer service termasuk fasilitas yang disediakan oleh marketplace yang tersedia. Hal ini tentu saja memudahkan pelaku usaha kecil untuk dapat memanfaatkannya semaksimal mungkin. Selain itu, pelaku usaha kecil yang menggunakan marketplace tidak perlu biaya lebih dalam mempromosikan barang karena layanan tersebut sudah tersedia dalam marketplace.



Gambar 2. Peserta Antusias Mendengarkan Pemaparan Narasumber tentang Marketplace

### 3) Pelatihan pembuatan akun Shopee

Pada bagian ini kegiatan yang dilakukan adalah memberikan tutorial kepada peserta dalam membuat akun salah satu marketplace yaitu Shopee. Shopee menjadi salah satu marketplace yang cukup familiar dan banyak penggunanya di Indonesia. Dari sejarahnya Shopee merupakan salah satu marketplace yang pertama kali dijalankan oleh Garena yang saat ini berubah nama menjadi SEA Group. Garena sendiri mengusung mobile marketplace Bisnis C2C (customer to customer). Pada Desember 2015 shopee resmi diperkenalkan di Indonesia di bawah naungan PT Shopee International Indonesia (Septiana & Widayani, 2020). Produk yang ditawarkan di marketplace Shopee banyak variasinya, antara lain produk Kecantikan, Pakaian, Handphone & Accesories, Komputer & Accesories, Perlengkapan Rumah, Elektronik, Makanan & Minuman, Pulsa, Tagihan & Tiket, Fashion Muslim, Fashion Bayi & Anak, dan masih banyak lagi.



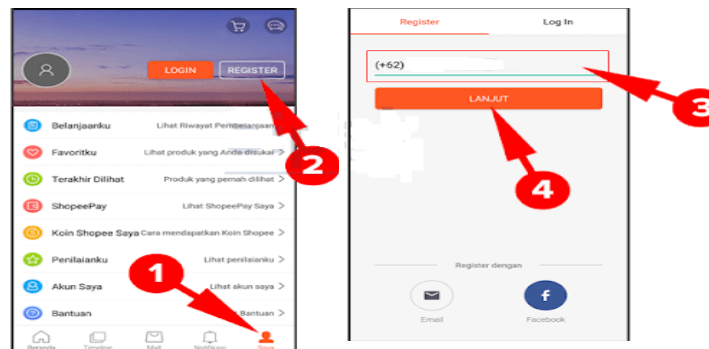
Gambar 3. Narasumber Menjelaskan Tahapan-tahapan dalam Pembuatan Akun Shopee

Untuk membuat akun Shopee bisa dilakukan dengan menggunakan komputer ataupun smartphone. Namun karena peserta lebih terbiasa menggunakan smartphone maka oleh

narasumber dijelaskan mengenai pembuatan akun Shopee melalui smartphone. Dalam membuat akun Shopee melalui smartphone ada 3 (tiga) tahapan utama yang dijelaskan oleh narasumber meliputi:

Tahap pertama

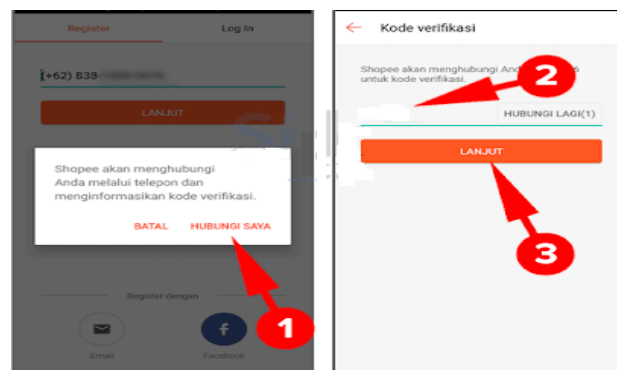
- (1) Install aplikasi Shopee melalui google playstore, setelah terinstal kemudian buka aplikasi Shopee, kemudian pilih menu Saya yang berada di bagian pojok kanan bawah layar.
- (2) Pilih REGISTER.
- (3) Silahkan masukkan nomor HP pada kolom yang telah di sediakan
- (4) Pilih LANJUT



Gambar 4. Tahap Pertama Pembuatan Akun Shopee

Tahap kedua

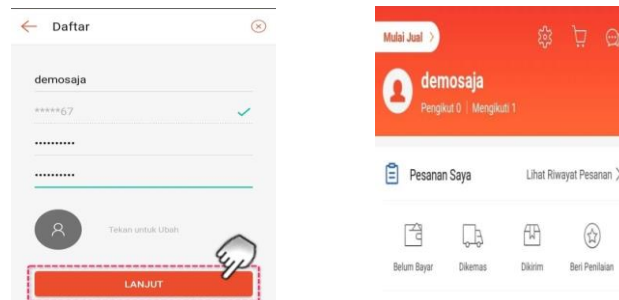
- (1) Setelah memilih tombol LANJUT akan muncul pemberitahuan seperti pada gambar di bawah ini, Silahkan pilih tombol HUBUNGI SAYA
- (2) Shopee akan mengirim kode verifikasi, selanjutnya masukan kode verifikasinya.
- (3) Pilih LANJUT.



Gambar 5. Tahap Kedua Pembuatan Akun Shopee

Tahap ketiga

Kembali ke halaman Register kemudian isi Username sesuai keinginan, masukkan kata sandi yang ingin Anda gunakan, lalu pilih LANJUT. Akun Shopee sudah berhasil dibuat dan sudah bisa mulai berjualan.



Gambar 6. Tahap Ketiga Pembuatan Akun Shopee

#### 4) Pembinaan salah satu UMKM yang telah dibuatkan akun Shopee

Salah satu produk UMKM yang diobservasi oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat adalah Produk Opak Singkong atau Enye-enye milik Mak Sariah yang merupakan salah satu warga Kelurahan Lialang, Kecamatan Taktakan, Kota Serang. Usaha Opak Singkong milik Mak Sariah ini termasuk usaha mikro dan jenis usaha rumah tangga. Dalam produksi Opak Singkong sehari-harinya Mak Sariah hanya dibantu oleh keluarga terutama anak dan menantunya saja.



Gambar 7. Proses Produksi Opak Singkong dan Hasil Produksi yang Siap Dipasarkan

Opak singkong yang diproduksi oleh Mak Sariah ini dijual dalam bentuk mentah (bukan siap saji) dan dijual Rp. 2.500,- per ikat dimana satu ikatnya berisi 10 lembar opak. Biasanya konsumennya adalah tetangga sekitar untuk cemilan sehari-hari atau pesanan untuk cemilan hari raya dan hari besar lainnya. Dalam upaya pendampingan terhadap usaha Opak Singkong milik Mak Sariah ini tim pengabdian melakukan modifikasi produk dan juga kemasan. Opak singkong yang sebelumnya dijual dalam kondisi mentah (perlu digoreng untuk dikonsumsi) dan diameternya berukuran cukup besar maka dimodifikasi menjadi makanan atau cemilan siap saji dalam bentuk dan kemasan menarik serta dengan berbagai pilihan varian rasa. Dengan cara seperti ini maka diharapkan nilai jual akan menjadi lebih tinggi serta membuka peluang pasar

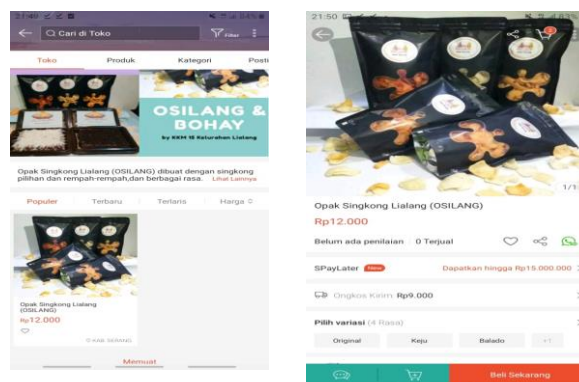


yang lebih luas dan besar. Terlebih saat ini masyarakat lebih menyukai hal-hal yang instan dan target pasar yang awalnya hanya diminati ibu-ibu rumah tangga mulai merambah ke remaja milenial. Selain itu, dari segi bentuk dan kemasan juga dibuat semenarik mungkin dan kekinian. Dari hasil inovasi dan modifikasi produk ini oleh tim pengabdian kepada masyarakat, produk Opak Singkong Mak Sariah ini diberi nama “Osilang” yang merupakan singkatan dari “Opak Singkong Lialang”, sesuai dengan nama daerah dimana produk ini dikembangkan.



Gambar 7. Inovasi Produksi Opak Singkong Mak Sariah Menjadi “Osilang”

Setelah melakukan inovasi dan modifikasi produk, selanjutnya yaitu mempromosikan serta memasarkan produk Osilang ini melalui akun Shopee yang telah dibuatkan sebelumnya. Di akun shopee, Osilang ini dijual dengan harga Rp. 12.000,- per kemasan dengan berat sekitar 250 gram. Tentu dengan proses perhitungan yang matang harga perkemasan tersebut sudah dianggap cukup menguntungkan produsen dan dari sisi konsumen harga tersebut bisa dikatakan harga yang cukup ekonomis dan mudah dijangkau semua kalangan. Berikut bukti akun Shopee yang telah dibuatkan untuk promosi dan jual beli produk “Osilang”



Gambar 8. Produk “Osilang” yang Telah Diperjualbelikan di Akun Shopee

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul “Pengenalan dan Pendampingan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Lialang-Serang” ini dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya yaitu:

- 1) Masyarakat khususnya para pelaku UMKM mendapatkan banyak informasi dan edukasi tentang e-commerce dan dampak serta perkembangannya bagi usaha mereka.
- 2) Mendorong masyarakat dan para pelaku UMKM untuk lebih mengenal berbagai jenis marketplace yang bisa mereka gunakan untuk mengembangkan usaha mereka dan membuka pemahaman tentang kemudahan serta manfaat yang akan diperoleh dalam berjualan secara online melalui marketplace yang tersedia
- 3) Diharapkan masyarakat khususnya para pelaku UMKM dapat mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah diberikan dalam pelatihan untuk membuat akun Shopee sebagai wadah promosi dan jualan produk mereka.
- 4) Dengan melakukan pendampingan terhadap salah satu produk UMKM yaitu “Osilang” diharapkan pelaku UMKM lainnya yang ada di Kelurahan Lialang dapat termotivasi untuk memasarkan produknya secara lebih luas memanfaatkan marketplace yang ada serta melakukan inovasi dan modifikasi terhadap produknya agar usahanya lebih maju dan berkembang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- APJII (Asosiasi Pengusaha Internet Indonesia). 2020. Pengguna Internet Indonesia. <http://www.apjii.or.id> /Diakses pada 04 Juni 2021.
- Apriadi, Deni & Saputra, A. Y., 2017. E-Commerce Berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal RESTI* Vol. 1 No. 2. Lubuklinggau: STMIK Bina Nusantara Jaya.
- C. Laudon, Kenneth & P. Laudon, Jane. 2005. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*. Edisi 8. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hidayat, Taufik. 2008. *Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce*, Jakarta: Mediakita
- Kementrian Komunikasi dan Informatika. 2017. *UMKM Go Online, Upaya Wujudkan Visi “Digital Energy of Asia”*, [https://www.kominfo.go.id/content/detail/9514/umkm-go-online-upaya-wujudkan-visi-digital-energy-of-asia/0/berita\\_satker](https://www.kominfo.go.id/content/detail/9514/umkm-go-online-upaya-wujudkan-visi-digital-energy-of-asia/0/berita_satker) / Diakses pada 05 Juni 2021.
- Septiana, Eka & Widayani, Anna. 2020. Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran: Kompetitif*. Vol. 5 No.1 Oktober 2020. Hal :133–142
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Wong, Jony. 2010. *Internet Marketing for Beginners*. Jakarta: Elex Media Komputindo