

PEMANFAATAN PLATFORM MARKETPLACE UNTUK EKSPANSI BISNIS UMKM LOKAL

Fatmawati^{1*}, Siti Nur Khasanah², Narti³, Maruloh⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri
Jl. Jatiwaringin Raya No.02, Kecamatan Makasar Jakarta Timur
fatmawati.fmw@nusamandiri.ac.id ^{1*}, siti.skk@nusamandiri.ac.id ², narti.nrx@nusamandiri.ac.id ³,
maruloh.mru@nusamandiri.ac.id ⁴
(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

The use of information technology in Gelam Jaya MSMEs has been used daily. However, restrictions on the use of information technology, especially the use of social media and marketplaces for business expansion, are still very passive.. Activity devotion to public this is very important remember the vital role of MSMEs in economy local. MSMEs often face challenge in promote product they in a way wide . Utilization of marketplace platforms can help local MSMEs to achieve more market share big , increase sales , and increase Power competitive they in the digital era. The purpose of activity This that is, to give training and support technical to local MSMEs so that they can leverage marketplace platforms to scale sale products and services they teach local MSMEs about importance digitalization in operate business them and give necessary skills in operate online . The activity method used in devotion This with method presentation material in a way direct with provide tutorials to participants . With held activity devotion public this is a local MSMEs can grow and develop , give contribution positive for the economy local , as well create impact positive social for owner business and society local. Activity This in line with efforts to strengthen Power MSME competitiveness in the digital era and promote economy local , sustainable.

Keywords: marketplaces; MSMEs; online business; product; promotion.

Abstrak

Penggunaan teknologi informasi di UMKM Gelam Jaya sudah digunakan sehari-hari. Akan tetapi pembatasan dalam penggunaan teknologi informasi khususnya pemanfaatan sosial media dan *marketplace* untuk ekspansi bisnis masih sangat pasif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat penting mengingat peran vital UMKM dalam ekonomi lokal. UMKM seringkali menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara luas. Pemanfaatan platform *marketplace* dapat membantu UMKM lokal untuk mencapai pangsa pasar yang lebih besar, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan daya saing mereka dalam era digital. Tujuan dari kegiatan ini yaitu untuk memberikan pelatihan dan dukungan teknis kepada UMKM lokal agar mereka dapat memanfaatkan platform *marketplace* untuk meningkatkan penjualan produk dan layanan mereka, mengajarkan UMKM lokal tentang pentingnya digitalisasi dalam menjalankan bisnis mereka dan memberikan keterampilan yang diperlukan dalam beroperasi secara online. Metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian ini dengan cara presentasi materi secara langsung dengan memberikan tutorial kepada peserta. Dengan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini UMKM lokal dapat tumbuh dan berkembang, memberikan kontribusi positif pada ekonomi lokal, serta menciptakan dampak sosial yang positif bagi pemilik usaha dan masyarakat setempat. Kegiatan ini sejalan dengan upaya untuk memperkuat daya saing UMKM dalam era digital dan mempromosikan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Kata kunci: *marketplace*; UMKM; bisnis online; produk; promosi.

PENDAHULUAN

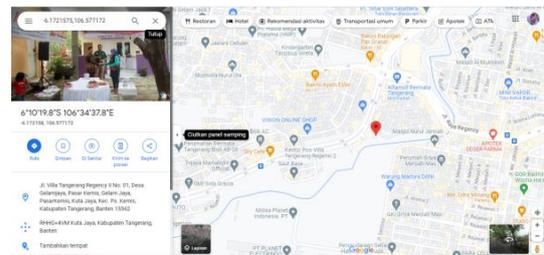
Kemajuan teknologi informasi pada masa ini berlangsung dengan sangat cepat. Internet adalah salah satu kanal informasi yang efektif dan efisien. Pengaruh teknologi internet secara signifikan menciptakan dampak positif pada dunia bisnis[1]. Teknologi saat ini terus berkembang dan manfaat dari internet sangat dirasakan oleh para pelaku usaha dan penggunanya. Beberapa orang merasa ketergantungan dengan adanya internet, termasuk aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk menjalankan usahanya khususnya di masa setelah pandemi Covid-19 [2]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sektor usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM juga berhasil menjadi payung bagi Indonesia dalam menghadapi badai ekonomi[3]. Seiring perubahan perilaku konsumen di era digital menjadi satu peluang bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam memperluas akses pasar serta menjadi tantangan beradaptasi[4]. Terdapat dua jenis marketplace, yaitu marketplace horizontal dan marketplace vertikal. Marketplace horizontal menawarkan berbagai produk kepada konsumen secara umum, sementara marketplace vertikal memfokuskan penjualan pada jenis produk tertentu secara spesifik[5].

Pihak yang terlibat dalam UMKM memegang peran kunci dalam mendukung peningkatan kapasitas digitalisasi. Keterlibatan langsung dalam pengambilan keputusan antara penyedia layanan platform sosial dan pelaku UMKM menjadi esensial, memastikan pembentukan kebijakan sejalan dengan tujuan yang diinginkan[6]. Perlu diketahui bahwa UMKM di Indonesia telah menjadi fondasi utama dalam ekosistem ekonomi. Fakta menarik bahwa 99% pelaku usaha di Indonesia berada di sektor UMKM semakin memperkuat perannya. UMKM tidak hanya memberikan kontribusi signifikan, mencapai 60% dari produk domestik bruto nasional dan menyerap 97% tenaga kerja yang terdampak pandemi. Namun, dari jumlah UMKM yang ada saat ini, hanya 16% yang telah terlibat dalam ekosistem ekonomi digital[7]. Berdasarkan data BPS pada tahun 2017, rasio wirausaha di Indonesia masih sangat rendah, yaitu berada pada kisaran 3,1%. Rendahnya wirausaha di Indonesia disebabkan salah satunya oleh kekhawatiran masyarakat untuk bersaing dan berkompetisi [8].

Penggunaan teknologi informasi di UMKM Gelam Jaya sudah digunakan sehari-hari, tetapi pembatasan dalam penggunaan teknologi informasi

khususnya pemanfaatan sosial media dan *marketplace* untuk ekspansi bisnis masih sangat pasif. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah belum adanya kemampuan pemasaran mencakup pemanfaatan media sosial dan *marketplace* untuk promosi produk dan transaksi jual beli selain itu UMKM sebagai penjual produk masih melakukan transaksi dengan cara konvensional [9]. Melihat dari permasalahan yang dialami maka solusi yang ditawarkan oleh peneliti adalah dengan mengadakan pelatihan pemanfaatan *marketplace* [10] dan tujuan dari kegiatan ini yaitu untuk membantu UMKM lokal memahami dan menggunakan *platform marketplace* secara efektif, tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menyebarkan pengetahuan, teknologi, dan seni kepada masyarakat, memperluas cakupan dampak positif dari informasi dan kreativitas[11].

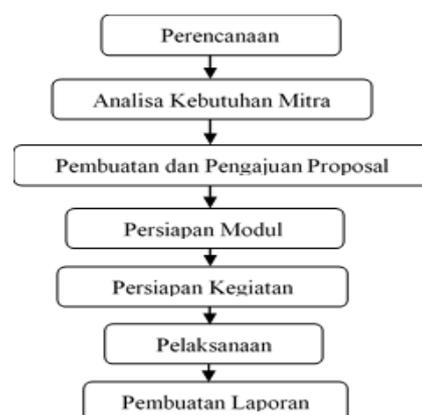
Pada gambar 1 merupakan peta lokasi kegiatan pengabdian masyarakat di UMKM Gelam Jaya Pasar Kemis Berdikari Tangerang, Jl. Villa Regency Tangerang II No. 01 Ds. Gelam jaya Kec. Pasar kemis Kab. Tangerang.



Gambar 1. Peta Lokasi UMKM Gelam Jaya Pasar Kemis Berdikari

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Gambar 2 merupakan bagan alur dari metode pengabdian masyarakat yang akan dilakukan.



Gambar 2. Bagan Alur Metode Pengabdian Masyarakat

Tahapan metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, untuk para pelaku usaha UMKM Gelam Jaya Pasar Kemis, yaitu:

1. **Perencanaan Kegiatan**
Mengatur lokasi dan mitra kegiatan pengabdian masyarakat, khususnya fokus pada bantuan dalam teknologi informasi, melibatkan pemikiran strategis dalam perencanaan.
2. **Analisis Kebutuhan**
Mitra Berinteraksi aktif dengan mitra untuk memahami kebutuhan mendesak yang harus ditangani segera.
3. **Pembuatan dan Pengajuan Proposal**
Setelah mengidentifikasi permasalahan mitra, tim dosen dari Universitas Nusa Mandiri menyusun proposal yang kemudian diajukan ke LPPM Universitas Nusa Mandiri sebagai langkah konkret.
4. **Persiapan Modul sebagai Bahan Ajar**
Menyiapkan materi pembelajaran yang relevan dengan permasalahan mitra, menciptakan modul sebagai panduan yang efektif.
5. **Persiapan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**
Menyiapkan peralatan untuk pelaksanaan luring, termasuk aspek-aspek praktis seperti kebutuhan konsumsi selama kegiatan.
6. **Pelaksanaan**
Dalam tahap ini, tutor memberikan materi edukatif dan bimbingan yang terfokus pada pemecahan masalah yang dihadapi oleh mitra.
7. **Pembuatan Laporan**
Memberikan laporan komprehensif kepada LPPM Universitas Nusa Mandiri, menandakan penyelesaian sukses dari kegiatan pengabdian masyarakat.

Metode kegiatan yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini dengan cara presentasi materi secara langsung atau *offline* [12], memberikan tutorial kepada para peserta yang hadir dan kemudian memberikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan tanya jawab maupun diskusi mengenai materi yang disampaikan [13]. Adapun selama kegiatan penyuluhan berlangsung, panitia serta tim bersinergi dengan tujuan:

1. Peserta diharapkan dapat dengan mudah memahami setiap materi yang disampaikan oleh tutor, menciptakan pengalaman pembelajaran yang bermakna.
2. Rencana implementasi pengetahuan yang diperoleh tidak hanya memudahkan, tetapi juga menginspirasi setiap peserta untuk mengintegrasikan konsep baru dalam kegiatan sehari-hari mereka.

3. Kita berharap bahwa peserta tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga agen perubahan yang aktif, menyebarkan nilai dan manfaat kegiatan Pengabdian Masyarakat melalui berbagai platform media sosial.
4. Dengan memanfaatkan teknologi, diharapkan para peserta dapat merangkul dan mengaplikasikan ilmu baru yang diperoleh, menciptakan dampak positif dalam penggunaan teknologi untuk kemajuan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Kegiatan

Kegiatan ini berupa penyuluhan dengan tema “Pemanfaatan Platform *Marketplace* untuk Ekspansi Bisnis UMKM Lokal” dilaksanakan secara *Offline/luring*.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu 7 Oktober 2023, kegiatan dimulai dari jam 08.30 sd 12.00 WIB. Kegiatan ini diikuti oleh komunitas UMKM, jumlah peserta yang hadir pada saat kegiatan sebanyak 20 Orang, kegiatan bertempat di Kantor Kelurahan DS. Gelam Jaya Kec. Pasar kemis Kab. Tangerang.

Manfaat yang dirasakan oleh Mitra

1. Mitra UMKM melaporkan peningkatan yang signifikan dalam penjualan mereka setelah menggunakan platform *marketplace*. Kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara online telah meningkatkan aksesibilitas produk mereka.
2. Mitra UMKM mengalami diversifikasi pelanggan dengan menarik konsumen dari wilayah yang lebih luas melalui platform *marketplace*. Hal ini membantu mengurangi ketergantungan pada pelanggan lokal.
3. UMKM lokal mendapatkan keuntungan visibilitas yang lebih besar di dunia maya, yang membantu meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.
4. Mitra UMKM melaporkan peningkatan pendapatan bersih, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan pemilik usaha dan karyawan.
5. UMKM lokal mengembangkan keterampilan digital mereka, termasuk kemampuan untuk mengelola toko *online*, strategi pemasaran *online*, dan penggunaan platform *marketplace*.

UMKM dapat menggunakan teknologi pemasaran melalui *marketplace* dan berdasarkan

marketplace ini memiliki dampak yang baik bagi perkembangan [14] dan UMKM melihat peningkatan keberlanjutan bisnis mereka dengan mendiversifikasi saluran penjualan dan meningkatkan daya saing dalam pasar.

Peningkatan Sebelum dan Setelah Kegiatan

Tabel 1 merupakan data kondisi yang dialami oleh UMKM setelah adanya kegiatan pengabdian masyarakat dan sebelum kegiatan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kondisi yang dialami oleh UMKM mengalami peningkatan mulai dari jumlah produk yang terjual, jumlah konsumen, serta keterampilan digital para pelaku usahanya.

Tabel 1. Peningkatan Kegiatan

Indikator Peningkatan	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
Jumlah Produk Terjual	10 produk/Minggu	15 produk/Minggu
Jumlah Pelanggan Baru (per minggu)	5 pelanggan	10 pelanggan
Keterampilan Digital	Dasar	Lanjutan

Kontribusi Mitra:

1. Mitra UMKM berpartisipasi aktif dalam pelatihan dan bimbingan yang diberikan, menunjukkan semangat untuk memahami dan menerapkan konsep pemanfaatan platform *marketplace*.
2. Mitra memberikan feedback konstruktif selama dan setelah kegiatan pengabdian, membantu dalam penyesuaian pendekatan pelatihan agar lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.
3. Mitra yang berhasil mengimplementasikan strategi pemanfaatan platform *marketplace* berbagi pengalaman sukses mereka dengan mitra lain, meningkatkan motivasi dan semangat kolaboratif di antara UMKM lokal.
4. Beberapa mitra bersedia terlibat dalam aktivitas promosi bersama, seperti kampanye online untuk mendukung produk-produk UMKM lokal yang diunggah di platform *marketplace*.

Kegiatan pengabdian berlangsung selama 3 jam terdiri dari pembukaan, penyampaian materi, diskusi, tanya jawab dan pengisian kuesioner.



Gambar 3. Pembukaan Kegiatan

Terlebih dahulu kegiatan dibuka oleh ketua pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat dengan menyampaikan tujuan dari dilaksanakannya kegiatan ini.



Gambar 4. Penyampaian Materi

Selanjutnya pada Gambar 4 penyampaian materi oleh tutor mengenai Pemanfaatan *Platform Marketplace* untuk Ekspansi Bisnis UMKM Lokal. Pada kegiatan ini tutor membahas secara detail manfaat ekspansi bisnis melalui platform *marketplace*, seperti akses ke pasar yang lebih luas, peningkatan penjualan, dan potensi pertumbuhan bisnis. Selain itu juga tutor menjelaskan tentang jenis-jenis platform *marketplace* yang umum digunakan, panduan langkah demi langkah untuk mendaftar dan mengatur akun di *platform marketplace*. Diakhir materi juga menjelaskan bagaimana cara mengelola produk dan layanan serta bagaimana cara meningkatkan sistem layanan pelanggan dalam melakukan promosi bisnis *online*[15].



Gambar 5. Peserta Pengabdian Masyarakat

Gambar 5 menunjukkan para peserta UMKM yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat dilanjutkan dengan melalui sesi tanya jawab, kegiatan pengabdian masyarakat berjalan dengan lancar, dan antusiasme peserta terlihat begitu membara dalam mengikuti setiap tahap kegiatan.

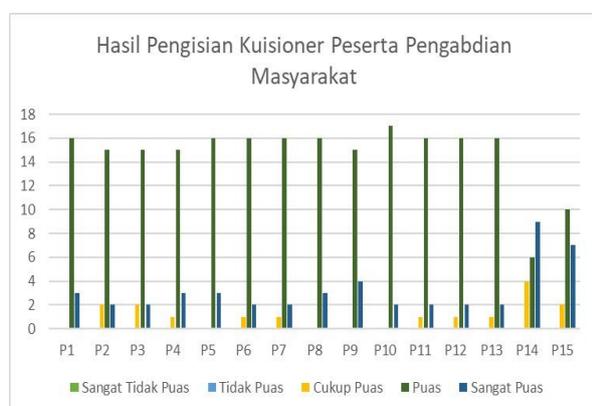
Selanjutnya setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dilaksanakan dilanjutkan dengan

foto bersama antara peserta dan panitia pelaksana seperti yang ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Foto Bersama

Setelah kegiatan selesai untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan, para peserta diberikan kuesioner terkait dengan kegiatan yang telah berlangsung. Adapun grafik hasil kuesioner peserta pengabdian masyarakat pada komunitas UMKM dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Grafik Hasil Kuesioner Peserta Pengabdian Masyarakat

Berdasarkan hasil pengisian kuisisioner yang ditampilkan pada gambar 7 dapat dilihat bahwa rata-rata responden merasa puas terhadap pelatihan mengenai Pemanfaatan Platform Marketplace Untuk Ekspansi Bisnis UMKM Lokal.

Adapun detail dari pertanyaan kuisisioner yang telah diberikan kepada peserta pengabdian masyarakat dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Pertanyaan Kuisisioner Peserta

Kode	Pertanyaan
F2-1	Informasi kegiatan pada saat pelaksanaan
F2-2	Materi/modul pelatihan/Kegiatan
F2-3	Sarana dan prasarana yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung
F2-4	Menurut anda, bagaimana Tema kegiatan ini
F2-5	Menurut anda, bagaimana materi yang disampaikan oleh Tutor/Narasumber menyampaikan materi

- F2-6 Susunan acara berjalan dengan baik
- F3-1 Menurut anda kegiatan ini memberikan manfaat bagi peserta
- F3-2 Kegiatan ini menambah wawasan peserta(mengenai tema yang disampaikan)
- F3-3 Kegiatan ini menambah keterampilan peserta sesuai dengan tema yang disampaikan
- F3-4 Kegiatan ini memperhatikan Keselamatan dan Kesehatan kerja (K3)
- F3-5 Kegiatan ini memberikan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada peserta secara berkelanjutan
- F3-6 Hasil kegiatan ini dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh peserta
- F3-7 Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan kaidah metode ilmiah (dilakukan secara terstruktur dan sistematis)
- F4 Seberapa besar minat anda untuk berpartisipasi
- F5 Bagaimana persepsi anda terhadap kegiatan ini secara keseluruhan

Tabel 2 diatas merupakan pertanyaan-pertanyaan kuisisioner yang dipersiapkan peneliti untuk para peserta pengabdian masyarakat yaitu untuk mengevaluasi berbagai aspek kegiatan penyuluhan yang telah dilakukan dan juga untuk perbaikan di pengabdian selanjutnya. Dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, peneliti dapat memperoleh wawasan tentang efektivitas kegiatan, dampaknya pada peserta, dan bagaimana kegiatan ini dapat ditingkatkan di masa mendatang.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu para peserta UMKM lokal dapat mengakses pasar yang lebih besar dan juga dapat mencapai pelanggan di wilayah yang lebih luas bahkan global. Selain itu pemanfaatan platform marketplace dapat membantu UMKM lokal mengurangi biaya operasional dengan menyediakan infrastruktur transaksi, pembayaran online dan layanan pengiriman terpadu serta platform marketplace memungkinkan UMKM untuk dengan cepat memperluas bisnis mereka tanpa harus menghadapi tantangan pembangunan infrastruktur sendiri. Kegiatan berjalan dengan baik tanpa adanya kendala, kerjasama yang baik antara panitia, peserta dan mitra sehingga kegiatan berjalan tepat waktu sesuai dengan waktu yang sudah direncanakan dan peserta semakin memahami pentingnya memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan produk atau layanan mereka.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada tim dan panitia yang sudah bekerjasama dengan baik dan para peserta UMKM dan pihak kelurahan Gelam Jaya yang sudah

mensupport kegiatan pengabdian masyarakat, sehingga kegiatan berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Ardilla and N. H. Hadinata, "Sistem informasi marketplace produk usaha mikro kecil menengah (umkm)," *J. Digit. Teknol. Inf.*, vol. 5, no. 2, p. 86, 2022, doi: 10.32502/digital.v5i2.4986.
- [2] L. Hanim, E. Sopyono, and Maryanto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 233–247, 2021, doi: 10.38204/atrabis.v6i2.512.
- [3] Afriyeni, D. Marlius, and F. Susanti, "Pelatihan Penyusunan Proposal Usaha Dan Analisis Laporan Keuangan Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kabupaten Kepulauan Mentawai," *JPKBP J. Pengabd.*, vol. 01, no. 01, pp. 1–10, 2023, [Online]. Available: <https://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/JPKBP/article/view/428%0Ahttps://ojs.akbpstie.ac.id/index.php/JPKBP/article/viewFile/428/194>
- [4] D. S. Fuadi, A. S. Akhyadi, and I. Saripah, "Systematic Review: Strategi Pemberdayaan Pelaku UMKM Menuju Ekonomi Digital Melalui Aksi Sosial," *Diklus J. Pendidik. Luar Sekol.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–13, 2021, doi: 10.21831/diklus.v5i1.37122.
- [5] Y. Dewi, L. Widayari, and A. T. Ramadhan, "Jurnal Politeknik Caltex Riau Pengembangan dan Penerapan Sistem Informasi Marketplace UMKM," *J. Komput. Terap.*, vol. 8, no. 2, pp. 266–278, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jkt/>
- [6] Normansyah, A. Siregar, and E. Pangidoan, "Umkm Menuju Ekonomi Digital di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat Kabupaten Asahan," *Communnity Dev. J.*, vol. 3, no. 3, pp. 1735–1738, 2022.
- [7] B. Arianto, "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *ATRABIS J. Adm. Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 233–247, 2021, doi: 10.38204/atrabis.v6i2.512.
- [8] P. Fadhillah and A. Yuniarti, "Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo," *Pengabd. Masy. dan Ris. Pendidik.*, vol. 2, no. 1, pp. 291–298, 2023.
- [9] C. S. Bangun and S. Purnama, "Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)," *Adi Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 89–98, 2023.
- [10] S. Musa, S. Nurhayati, and R. Zubaedah, "Peningkatan Kompetensi pemasaran Produk Warga Belajar Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Melalui Pelatihan Marketplace dan Canva," vol. 6, no. 6, pp. 2–11, 2022.
- [11] Nurfauziah, S. Mulyati, Suhartini, K. N. Anindya, and T. L. W. Utami, "Pendampingan Pengelolaan Keuangan UMKM dalam Rangka Meningkatkan Peran UMKM sebagai Penopang Pariwisata di Desa Jeblog," *J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 3, no. 4, pp. 587–596, 2023.
- [12] D. Nurahman, Yulistina, Y. Yuniarthe, R. A. Sari, and D. Haryati, "Literasi Digital Pada Aspek Hukum Bisnis UMKM Kelompok Usaha PKK Desa Wisata Pulau Pahawang," *J. Pengabd. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 142–147, 2023.
- [13] Raymond, D. L. Siregar, A. D. Putri, M. G. Indrawan, and R. R. Yusran, "Pelatihan Pencatatan Biaya Bahan Baku untuk Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM Ikan Hias," *J. Puan Indones.*, vol. 5, no. 1, pp. 53–61, 2023.
- [14] B. Harto *et al.*, "Strategi Social Media Marketing Melalui Dukungan Teknologi Informasi dalam Kajian Kualitatif Pada UMKM Kota Bandung," *Komversal*, vol. 5, no. 2, pp. 244–261, 2023, doi: 10.38204/komversal.v5i2.1499.
- [15] Narti, Fatmawati, S. N. Khasanah, and Maruloh, "OPTIMALISASI MED-SOS SEBAGAI ALAT PROMOSI BISNIS ONLINE BAGI IBU-IBU POKJA KELURAHAN SUKASARI TANGERANG," vol. 1, no. 1, pp. 13–16, 2023.