

## TOL LANGIT UNTUK EKSPOR UMKM KERAJINAN SEBAGAI PENUNJANG EKONOMI KREATIF DENGAN PLATFORM AEXI.ID

Ita Athia<sup>1</sup>, Astri Sukma Andini,<sup>2</sup> Fitri Dwi Anggraeni<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universitas Islam Malang, Indonesia,

<sup>2</sup> Universitas Islam Malang, Indonesia,

<sup>3</sup> Universitas Islam Malang, Indonesia,

\*itaathia@unisma.ac.id

### Info Artikel

**Diajukan:** 28/10/2022

**Diterima:** 28/20/2022

**Diterbitkan:** 28/10/2022

#### Keywords:

elite wood craftsman,  
marketplace, global  
marketing, Aexi.id

#### Kata Kunci:

pengrajin kayu elit,  
marketplace, pemasaran  
global, Aexi.id



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2022 Ita Athia, Sukma  
Andini, Fitri Dwi Anggraeni

### Abstract

*This community service activity was carried out by the KSM (Bachelor of Service Candidate) participant team at Unisma Malang. The target partners are aimed at the elite handy craft wood industry craftsmen in Pandansari village, Malang district, which experienced a 50% decrease in orders from usual. Service activities begin with observations and interviews of target partners to find out their strengths and weaknesses and measure the opportunities and challenges faced by partners. Then a SWOT analysis was carried out and the form of service activities was determined, namely by providing socialization and training on global marketing potential through the Aexi.id marketplace application for elite wood craftsmen and the Pandasari Village community. Before and after the training socialization activities, pre-test and post-test were conducted to measure the level of program success. The results obtained are that the craftsmen and participants are able to understand the material and apply the Aexi.id application directly and it is hoped that it can be applied in sustainable marketing activities to increase the marketing of the products of the elite handy craft wood creative industry during this pandemic..*

### Abstrak

*Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan oleh tim peserta KSM (Kandidat Sarjana Mengabdikan) Unisma Malang. Mitra sasaran ditujukan pada pengrajin industri kayu elit handy craft di desa Pandansari, kabupaten Malang yang mengalami penurunan pemesanan sampai 50% dari biasanya. Kegiatan pengabdian diawali dengan observasi dan wawancara mitra sasaran untuk mengetahui kelebihan dan kelemahannya serta mengukur peluang dan tantangan yang dihadapi oleh mitra. Kemudian dilakukan analisis SWOT dan ditentukan bentuk kegiatan pengabdian, yaitu dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai potensi pemasaran global melalui aplikasi marketplace Aexi.id bagi pengrajin kayu elit dan masyarakat Desa Pandasari. Sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi pelatihan dilakukan pre test dan post test untuk mengukur tingkat keberhasilan program. Hasil yang didapat adalah para pengrajin dan peserta mampu memahami materi dan mengaplikasikan secara langsung aplikasi Aexi.id dan diharapkan dapat diterapkan dalam kegiatan pemasaran yang berkelanjutan untuk meningkatkan pemasaran hasil produk industri kreatif kayu elit handy craft di masa pandemi ini.*

## PENDAHULUAN

Kayu Elit handy craft Desa Pandansari Kec. Poncokusumo merupakan salah satu asset sentra Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memulai usahanya sejak tahun 2015 dan cukup terkanal di kalangan konsumen sekitar desa Pandansari, Wonosari, Sukosari. Kayu Elit Handy Craft ini biasanya melayani permintaan pesanan yang digunakan pada acara-acara resmi, seperti pernikahan, cinderamata atau oleh-oleh, upacara adat dan lain sebagainya. Produksi kerajinan kayu Elit handy Craft ini terbuat dari kayu waru (kayu kualitas middle) dengan motif serat kayu alamnya, sangat menarik walaupun dibuat secara natural dan hanya dilapisi cat vernis saja. Kayu elit ini dibuat dengan cara dipotong memakai mesin gergaji, diamplas, dan dicat, terakhir dijemur 2-3 hari. Ragam produk yang dihasilkan, seperti sendok, garpu, sotel, entong kayu melewati proses produksi paling lama sekitar 10 hari sudah mampu menghasilkan sekitar 2000 pcs produk

kerajinan. Harga yang ditawarkan tergantung dari jenis kayu, model dan kualitas yang diminta oleh konsumen.

Industri kerajinan kayu elit handy craft ini banyak tersebar di daerah desa Pandansari, dusun Wonosari, dan dusun Sukosari Kec. Poncokusumo Kab. Malang. Salah satu desa di Kabupaten Malang yang terkenal sebagai penghasil kerajinan kayu elit handy craft khas Kab. Malang adalah Desa Pandansari. Desa ini berada di wilayah kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang, dengan jumlah penduduk sebanyak 897 kepala keluarga (BPS Kabupaten Malang, 2021). Mayoritas penduduk Desa Pandansari berprofesi sebagai petani, dimana sekitar 20% adalah petani buah jeruk dan sisanya merupakan petani tumbuhan musiman. Selain bertani, masyarakat Desa Pandansari juga berprofesi sebagai pengrajin kayu elit Handy craft, dimana disetiap RT, setidaknya terdapat satu pengrajin kayu elit handy craft. Pengrajin handy craft kayu elit di desa Pandansari terdiri dari 60% ibu-ibu dan remaja putri sebagai salah satu alternatif untuk membantu perekonomian keluarga yang belum tercukupi dari hasil bertani.

Pandemi Covid-19, telah memberikan dampak negatif pada semua sektor kehidupan masyarakat terutama sektor ekonomi yang selama ini menjadi tumpuan masyarakat. Beberapa usaha tengah mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, dan kesulitan bahan baku. Hal ini pun dialami oleh para pengrajin kayu elit handy craft di Desa Pandansari, dimana terjadinya penurunan pemesanan dan produksi kayu elit sehingga kehilangan omzet sampai 50% dari biasanya. Adapun faktor pendukung lainnya seperti minimnya pengetahuan masyarakat Desa Pandansari mengenai strategi pemasaran dan pengetahuan teknologi untuk memasarkan suatu produk. Pemasaran kayu elit handy craft di Desa Pandansari masih dalam skala terbatas, dimana para pengrajin memasarkan produknya dengan cara dijual langsung ke pasar atau ke pengepul sehingga jangkauan pemasaran kayu elit handy craft hasil produksi Desa Pandansari ini belum mencakup pasar yang luas.

Strategi pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempromosikan suatu produk untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Strategi pemasaran yang cocok selama masa pandemi Covid-19 adalah pemasaran produk secara online (Desiani et al., 2020; Fadly & Sutarna, 2020). Pemanfaatan internet menjadi salah satu alternatif untuk melakukan pemasaran berbasis online, seperti marketplace (Suherman & Hasanah, 2020). Marketplace merupakan sebuah platform yang memfasilitasi transaksi bisnis online seperti jual beli barang, jasa atau informasi secara online antara penjual dan pembeli dan penjual, dan lainnya (Yustiani & Yunanto, 2017). Penggunaan marketplace sebagai sarana pemasaran online memiliki beberapa keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak terdapat biaya operasional, tidak memerlukan promosi karena platform marketplace telah terdapat strategi promosi tersendiri, tidak membutuhkan biaya sewa, pengguna hanya perlu mendaftarkan toko onlinenya untuk berjualan, meningkatkan pelayanan dan promo, dan sebagainya (Pratomo et al., 2019). Berdasarkan data BPS, peningkatan produk yang terjual di marketplace dalam kurun waktu April 2020 hingga Juni 2020 (masa pandemi) meningkat sekitar 20% dari bulan-bulan sebelumnya (Hidayat, 2020). Salah satu marketplace yang meningkat sangat pesat fokus pada ekspor di Indonesia adalah Aexi.id. Marketplace Aexi.id selalu mengadakan promosi tahunan sehingga pada tahun 2018 dicatat telah melampaui semua jenis rekor penjualan pada tahun lalu (Nurzanah et al., 2018).

Beberapa penelitian telah memanfaatkan marketplace Aexi.id sebagai sarana pemasaran produk Usaha Rumah Tangga atau UMKM di desa seperti yang dilakukan oleh Hadi & Khairi (2020) memberikan pelatihan marketplace Aexi.id kepada Pak Agus Budianto selaku koordinator UMKM Kayu elit handy craft Desa Pandansari sebagai strategi pemasaran produk di era digital dan industri 4.0, Sulistiyawati & Widayani (2020) memanfaatkan marketplace Aexi.id sebagai media promosi penjualan UMKM di Kota Blitar, Prayogo & Nurdian (2020) memanfaatkan marketplace Aexi.id untuk pemasaran Bawang Goreng di Desa Sumberdadap Tulungagung, dan Susilaningih, et al. (2020) memberikan pelatihan marketplace Aexi.id untuk meningkatkan daya saing pada UMKM sambal DEDE SATOE di Jawa Timur. Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya, untuk menjaga keberlanjutan dan peningkatan pemasaran produk elit handy craft di Desa Pandansari, maka tim pengabdian KSM Tematik Universitas Islam Malang akan melaksanakan kegiatan pelatihan dalam praktik pemasaran produk elit handy craft dengan memanfaatkan marketplace Aexi.id. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan ditujukan pada para

pengrajin kayu elit Handy Craft, karang taruna, dan UMKM yang ada di Desa Pandansari. Dari kegiatan ini diharapkan masyarakat Desa Pandansari mampu mempromosikan dan meningkatkan penjualan kayu elit desa Pandansari melalui strategi pemasaran yang tepat agar pemasaran desa Pandansari dapat mencakup pasar yang lebih luas dan mampu bersaing dengan produk lainnya.

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilaksanakan dari bulan 5 Agustus 2022 sampai dengan bulan 6 September 2022 di Desa Pandansari Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Subjek pada kegiatan ini adalah ibu-ibu pekerja kerajinan kayu elit dan remaja putra dan putri serta kelompok-kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang ada di Desa Pandansari.

Prosedur pelaksanaan kegiatan ini melalui beberapa tahapan, antara lain adalah persiapan kegiatan, pengumpulan data (*accumulation*) dan pelaksanaan atau tindakan (*action*). Pengumpulan data dalam pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari 2 tahap yaitu wawancara dan pembagian *pre-test* serta *post-test* serta dengan analisis SWOT. Pada tahap wawancara ini dilakukan secara langsung dengan Kepala Desa Pandansari dan perangkat desa guna mengetahui kondisi pengetahuan masyarakat Desa Pandansari terhadap perkembangan dan pemanfaatan pada aplikasi ekspor online lebih lanjut. Sedangkan pada tahap pembagian kuesioner dilakukan dengan cara membagikan kuesioner ke pelaku usaha UMKM guna mengetahui sejauh mana pengalaman dan keahlian dalam menggunakan aplikasi ekspor online dan agar dapat menyesuaikan materi yang akan disampaikan oleh pemateri.

Pada tahap pelaksanaan atau tindakan dilakukan presentasi yang telah dirancang untuk meningkatkan pengetahuan peserta dari hal yang mendasar atau pengertian belanja online sampai manfaat dan kegunaannya untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Pada kegiatan awal, proses kegiatan dengan mengucapkan salam, lalu dilanjutkan dengan pembukaan serta kepada pemateri yang bertugas. Lalu pemateri memulai menjelaskan apa yang ingin disampaikan dengan materi yang telah dirancang dan dibuat. Dikarenakan peserta yang sudah mengerti sebagian tentang aplikasi Selanjutnya pemateri menyampaikan manfaat, kegunaan, dan keuntungan menggunakan aplikasi belanja online yang lebih rinci kepada peserta.

Selanjutnya metode praktik sangat penting dalam membantu peserta dalam memahami materi yang disampaikan. Dengan metode praktik inilah peserta langsung mencoba mengaplikasikan ilmu dan keterampilannya sehingga membuat peserta lebih mudah ingat dan paham mengenai prosesnya. Gambaran tahap-tahap prosedur pelaksanaan kegiatan dapat dilihat dalam bentuk diagram alir pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Alir Pelaksanaan Kegiatan

Dalam kegiatan ini, analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif yang memberikan gambaran secara umum mengenai kondisi dan karakteristik peserta pelatihan. Penyajian data disajikan pada tabel 1.

Tabel 1. Tabel Identifikasi Masalah, Solusi, dan hasil Luaran

NO	PERMASALAHAN	SOLUSI	LUARAN
1.	Kurangnya pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai teknologi yang dapat digunakan untuk memperluas pemasaran kayu elit	Sosialisasi mengenai marketplace serta manfaat yang didapatkan dari penggunaan marketplace	Peningkatan pengetahuan dan pemahaman mitra mengenai teknologi yang dapat digunakan untuk memperluas penjualan kayu elit.
2.	Kurangnya pemahaman mitra dalam mengoperasikan aplikasi marketplace sebagai sarana pemasaran kayu elit	Pelatihan dan praktik bersama mengenai cara mengoperasikan aplikasi toko online	Peningkatan pemahaman mitra dalam mengoperasikan aplikasi toko online sebagai sarana pemasaran kayu elit
3.	Menurunnya pemasukan pengrajin kayu elit dikarenakan dampak pandemi Covid-19	Pelatihan pembukaan akun toko online sebagai media perluasan pemasaran kayu elit	Terdافتarnya akun toko online sebagai media pemasaran kayu elit

Sumber: data yang diolah, 2022

### Analisis SWOT

Tabel 2. Analisis SWOT kayu elit handy craft

ANALISA	HASIL	LUARAN
S = STRENGTH (KEKUATAN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk unggul</li> <li>• Bahan baku mudah didapat</li> <li>• Pelanggan tetap</li> <li>• Logistik mudah</li> </ul>	Peningkatan distribusi yang merata dan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat
W = WEAKNESS (KELEMAHAN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pekerja informal</li> <li>• Keterbatasan ilmu &amp; teknologi</li> <li>• Jaringan internet lambat</li> </ul>	Menghambat perluasan pemasaran produk kayu elit handy craft
O = OPPORTUNITY (PELUANG)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potensi pasar global</li> <li>• Produk yang unik</li> </ul>	Perluasan pasar menuju pasar global
T = TREAT (ANCAMAN)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pesaing semakin banyak</li> <li>• Perubahan pola konsumsi masyarakat</li> </ul>	Melihat celah perubahan perilaku konsumen dengan mencoba transformasi melalui pemasaran online dan global

Sumber: data yang diolah, 2022

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengrajin kayu elit di Desa Pandansari biasanya dalam memasarkan produknya dengan cara dijual langsung ke pasar atau pengepul sehingga jangkauan pemasaran kayu elit khas Pandansari belum mencangkup jangkauan pasar yang luas. Maka dari itu dilaksanakannya kegiatan pelatihan mengenai pemanfaatan marketplace sebagai alternatif untuk meningkatkan pemasaran kayu elit. Pada kegiatan pelatihan ini dilakukan pendampingan dan pelatihan dengan memberikan pengetahuan, pemahaman serta pemanfaatan aplikasi marketplace yang digunakan sebagai sarana untuk meningkatkan pemasaran kayu elit.

Tahap awal pada kegiatan program kami yang dilaksanakan di Desa Pandansari, Kecamatan Poncokusumo adalah melakukan peninjauan mengenai cara penjualan yang dilakukan oleh tiap pengrajin kayu elit di Desa Pandansari dan mengukur seberapa besar

pengrajin memahami tentang media penjualan salah satunya adalah marketplace. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pengrajin kayu elit handy craft di Desa Pandansari yang berguna untuk mengetahui seberapa lama pembuatan kayu elit dan cara penjualannya. Tujuan wawancara lainnya adalah untuk mengenal usaha UMKM lebih dalam lagi dengan mengukur kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang dialami pengrajin. Hasil dari wawancara itu dipakai sebagai bahan untuk membuat analisis SWOT. Wawancara bersama salah satu pengrajin kayu elit dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Wawancara dengan Salah Satu Pengrajin Kayu Elit Desa Pandansari

Setelah didapatkan hasil dari wawancara. Maka, kegiatan selanjutnya adalah kegiatan perencanaan. Kegiatan perencanaan terdiri tiga tahapan yaitu menyusun materi sebagai bahan ajar serta mempersiapkan akun penjualan yang akan digunakan sebagai media pembelajaran dan instrument penilaian dimana instrument penilaian ini terdiri dari pre-test dan post-test. Pengabdian telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang akan diberikan pada saat sebelum dan sesudah pelatihan dilakukan yang berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai pangsa pasar, upaya pemasaran dan aplikasi toko online. Pengisian pre-test dan post-test oleh peserta pelatihan *marketplace* dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Pengisian pre-test oleh peserta

Setelah melakukan pre-test sebagai bagian dari analisa tersebut, tim KSM Tematik melanjutkannya dengan memberikan paparan materi yang telah disiapkan sebelumnya. Pemaparan materi dilakukan dengan menjelaskan secara langsung apa dan bagaimana menggunakan aplikasi Aexi.id. Penjelasan dimulai dengan cara pembuatan akun toko online di Aexi.id terlebih dahulu dengan tujuan akun tersebut bisa langsung digunakan oleh para pengrajin. Setelah akun berhasil dibuat, para peserta diajak turut serta mencoba menu atau fitur yang disediakan Aexi.id yang dapat digunakan untuk mendukung penjualan produk kayu elit handy craft. Pelatihan dan praktik pembuatan akun Aexi.id dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Pembuatan akun di platform Aexi.id

Setelah selesai melakukan pemaparan materi dan pembuatan akun Aexi.id, kegiatan dilanjutkan dengan memberikan pertanyaan *post-test*. *Post-test* ini dilakukan untuk mengetahui apakah peserta memahami materi yang telah dipaparkan. Dalam menentukan persentase pencapaian kriteria dapat dikelompokkan menjadi 4 skala penilaian yaitu jika nilai yang diperoleh  $\leq 55$  maka kriteria penilaian “kurang baik”, jika nilai yang diperoleh 56-70 maka kriteria penilaian “cukup”, jika nilai yang diperoleh 71-85 maka kriteria penilaian “baik”, dan jika nilai yang diperoleh 86-100 maka kriteria penilaian “sangat baik”. Persentase pencapaian kriteria pengetahuan marketplace dari hasil pre-test dapat diketahui melalui pemaparan data yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Tingkat Pengetahuan Marketplace dan hasil Pre-Test

No	Kriteria	Jumlah Peserta	Presentase
1.	Sangat Baik	-	-
2.	Baik	1	10%
3.	Cukup	5	50%
4.	Kurang Baik	4	40%
	Total	10	100%

Sumber: data yang diolah, 2022

Hasil yang diperoleh dari pemaparan Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa tidak ada peserta pelatihan yang memperoleh kriteria sangat baik, untuk pencapaian kriteria baik pada hasil pre-test yang dilakukan sebelum pelatihan adalah 10% dengan jumlah peserta 1 orang. Selanjutnya untuk pencapaian kriteria cukup paling banyak diperoleh oleh peserta pelatihan dengan jumlah peserta 5 orang atau dengan presentase 50%. Sedangkan untuk pencapaian kriteria kurang baik diperoleh sebanyak 4 orang peserta atau dengan presentase 40%. Jika dilihat dari hasil pencapaian tersebut, terlihat bahwa peserta masih rendah tingkat pengetahuannya mengenai *marketplace* yang akan kami sampaikan.

Mengenai materi pemaparan marketplace dan fitur-fitur Aexi.id dan dilanjutkan dengan peserta melakukan simulasi penggunaan fitur-fitur Aexi.id. Setelah menyelesaikan pemaparan materi dan pembuatan akun, maka selanjutnya dilakukan pengisian post-test. Hasil rekapitulasi jawaban post test disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Rekap Tingkat Pengetahuan Marketplace dari hasil Post Test

No	Kriteria	Jumlah Peserta	Presentase
1.	Sangat Baik	5	50%
2.	Baik	4	40%
3.	Cukup	1	10%
4.	Kurang Baik	-	-
	Total	10	100%

Sumber: data yang diolah, 2022

Hasil yang diperoleh dari pemaparan tabel 4 diatas dapat menunjukkan bahwa pencapaian kriteria sangat baik memperoleh hasil sebanyak 50% dengan jumlah peserta sebanyak 5 orang, untuk pencapaian kriteria baik pada hasil post-test yang dilakukan setelah pelatihan adalah 40% dengan jumlah peserta 4 orang. Selanjutnya untuk pencapaian kriteria cukup paling banyak dengan jumlah peserta 1 orang atau dengan presentase 10%. Sedangkan, tidak ada peserta yang memperoleh hasil pencapaian kriteria kurang baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa materi yang telah kami paparkan dapat diterima dengan baik oleh peserta pelatihan. Dari perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* didapatkan perbandingan tingkat pengetahuan marketplace yang dapat dilihat pada gambar 7.

Setelah dilaksanakannya pelatihan ini dan terlihat dari Gambar 7 perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* yang telah dilakukan bahwa masyarakat Desa Pandansari telah mampu memahami materi dan mengaplikasikannya secara langsung menggunakan salah satu aplikasi marketplace yaitu Aexi.id, serta dapat diterapkan dalam skala berkelanjutan sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk kayu elit handy craft selama masa sulit ini.



Gambar 7. Perbandingan tingkat pemahaman AEXI.ID

## KESIMPULAN

Desa Pandansari merupakan salah satu desa sebagai penghasil kerajinan kayu elit di Kabupaten Malang. Selama masa pandemi Covid-19, industri kayu elit handy craft mengalami penurunan pemesanan sehingga kehilangan omzet sampai 50% dari biasanya. Ditambah dengan minimnya pengetahuan masyarakat tentang cara perluasan pasar dan pemanfaatan teknologi dalam memasarkan produk. Untuk itu diperlukan pemberian sosialisasi dan pelatihan mengenai potensi pemasaran global melalui aplikasi marketplace Aexi.id bagi pengrajin kayu elit dan masyarakat Desa Pandasari melalui program tim pengabdian KSM Tematik Universitas Islam Malang. Hasil yang didapat adalah para pengrajin dan peserta mampu memahami materi dan mengaplikasikan secara langsung aplikasi Aexi.id dan diharapkan dapat diterapkan dalam kegiatan pemasaran yang berkelanjutan untuk meningkatkan pemasaran hasil produk industri kreatif kayu elit handy craft di masa pandemi ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- BPS Desa pandnasari. (2020). Kecamatan Poncokusumo Dalam Angka 2021.
- Desiani, A., Yahdin, S., Irmeilyana, I., & Rodiah, D. (2020). Inovasi digitalisasi promosi potensi dan produk usaha masyarakat desa berbasis website di Desa BangsalKecamatan Pampangan. Riau Journal of Empowerment, 3(1), 49–59. <https://doi.org/10.31258/raje.3.1.49-59>
- Fadly, H. D., & Sutarna, S. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis dan Manajemen, 5(2), 213-222.
- Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(1), 127-132.
- Hidayat, K. (2020). BPS: Penjualan di marketplace meningkat pada masa pandemi corona. In Kontan.
- Nurzanah, I., Sosianika, A., & Kunci, K. (2018). Promosi Penjualan dan Minat Beli: Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model di E- Marketplace Aexi.id Indonesia. 706–714.

- Pratomo, A., Najwaini, E., Irawan, A., & Risa, M. (2019). Optimasi E- Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Nida Sasirangan. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 1(1), 35.
- Prayogo, F., & Nurdian, Y. (2020). Resureksi Bawang Goreng Produk Unggulan Sumberdadap Tulungagung di Tengah Pandemi. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 145-149.
- Suherman, E., & Hasanah, R. U. (2020). Analisis Pelatihan Marketplace bagi Pelaku Usaha Kue di Masa Pandemi Covid-19 di Desa Jatiragas. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 6(1), 98-110.
- Sulistiyawati, E. S., & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(1), 133-142.
- Susilaningsih, S., Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Kiat Sukses UKM Menuju Ekspor.
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer Dan Informatika*, 6(2), 43-48.