

Pemanfaatan *Marketplace* dan *Digital Marketing* Pada Usaha Himpunan Wanita Penyandang Disabilitas Kota Bengkulu

Esti Pasaribu^{1*}, Yefriza², Retno Agustina Ekaputri³, Azansyah⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Bengkulu, Indonesia

Email: ¹estipasaribu@unib.ac.id, ²yefriza@unib.ac.id, ³retnoae@unib.ac.id, ⁴azansyah@unib.ac.id

INFORMASI ARTIKEL

Data artikel:

Naskah masuk, 17 November 2022

Direvisi, 13 Desember 2022

Diterima, 09 Januari 2023

Kata Kunci:

Produktivitas

Keuangan

UMKM

Marketplace

Digital Marketing

ABSTRAK

Abstract- During the Covid-19 pandemic, there were many Bengkulu people who were no longer working, where housewives should be able to use their free time effectively, including for the Bengkulu City Branch of the Indonesian Women with Disabilities Association (HWDI). One of the causes of this condition is the lack of knowledge and experience of members in the field of marketing using technology, namely by utilizing the marketplace. Therefore, the University of Bengkulu held Community Service (PKM) activities by providing socialization regarding the marketplace as an effort to increase business competitiveness for HWDI products. Through this activity, HWDI members can increase sales and increase income. HWDI members have also used QRIS with the aim of simplifying the payment system. The activity was carried out on June 11 2022 at the HWDI Sekretariat Bengkulu City Branch, Padang Harapan, Gading Cempaka Bengkulu City.

Abstrak- Selama pandemi covid-19, ada banyak masyarakat Bengkulu yang tidak lagi bekerja, di mana seharusnya ibu rumah tangga mampu memanfaatkan waktu luangnya secara efektif, termasuk bagi Himpunan Wanita Difabel Indonesia (HWDI) Cabang Kota Bengkulu. Salah satu penyebab kondisi ini adalah kurangnya pengetahuan dan pengalaman anggota dalam bidang pemasaran dengan menggunakan teknologi, yaitu dengan memanfaatkan *marketplace*. Oleh karena itu, Universitas Bengkulu mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan memberikan sosialisasi mengenai *marketplace* sebagai sebuah usaha meningkatkan daya saing usaha bagi produk-produk HWDI. Melalui kegiatan ini, anggota HWDI dapat meningkatkan penjualan dan menambah pemasukan. Anggota HWDI juga sudah menggunakan QRIS dengan tujuan mempermudah sistem pembayaran. Kegiatan dilakukan pada tanggal 11 Juni 2022 di sekretariat HWDI Cabang Kota Bengkulu, Padang Harapan, Gading Cempaka Kota Bengkulu.

Korespondensi:

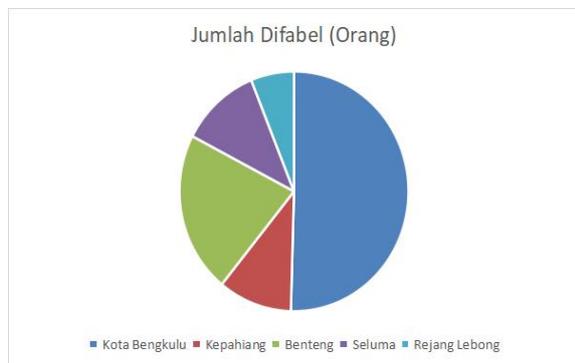
Esti Pasaribu

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Bengkulu

Jl. W.R. Supratman, Kecamatan Kandang Limun, Kota Bengkulu, Indonesia

1. PENDAHULUAN

Penyandang disabilitas (difabel) adalah salah satu bagian kelompok masyarakat yang termarginalkan secara sosial, mengalami disparitas kesehatan dan ekonomi. Kelompok ini memiliki probabilitas perampasan manfaat ekonomi yang lebih tinggi daripada non disabilitas sehingga guncangan tersebut mempengaruhi produktivitas dan pekerjaan dari individu penyandang disabilitas (Nurchaya et al., 2021). Hambatan mobilitas dan aksesibilitas menjadi faktor utama penyandang disabilitas dalam melakukan kegiatan ekonomi. Kebutuhan khusus yang dialami kelompok ini dianggap sebagai kendala baik dari sisi efektivitas dan efisiensi kerja sehingga sulit untuk berpartisipasi dalam pasar tenaga kerja formal (Santoso et al., 2021). Sebagian besar penyandang disabilitas bekerja di sektor informal. Apalagi, berdasarkan analisa sektor unggulan perekonomian dengan model *input-output* diketahui jika aktivitas ekonomi di Indonesia saat ini banyak disumbang dari sektor industri pengolahan sehingga sektor ini perlu dimaksimalkan (Armelly et al., 2021)



Gambar 1. Jumlah Difabel Provinsi Bengkulu yang Tergabung dengan MMI

Sumber: HWDI Cabang Kota Bengkulu, 2021

Di Provinsi Bengkulu, pemerintah provinsi melakukan pemberdayaan kelompok disabilitas secara masif dan berkelanjutan. Hal ini ditunjukkan dengan peresmian *Difablepreneur Centre* (DCM) Mitra Masyarakat Inklusif (MMI) yang menjadi pusat kegiatan pelatihan, kreatifitas, dan unit usaha difabel di Bengkulu. Lebih jauh lagi, tim MMI kemudian memfasilitasi pengaktifan kembali Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia (HWDI) cabang Kota Bengkulu. HWDI Kota Bengkulu

memiliki anggota sebanyak 60 orang dengan kategori tuli, daksa, dan netra.

Sekretariat HWDI berada di jalan Indragiri 12A, Padang Harapan, Gading Cempaka, Kota Bengkulu (bertempat di lokasi yang sama dengan DCM atau *Difablepreneur Centre*). Beberapa kegiatan usaha sudah mulai berjalan dengan lancar. Kewirausahaan yang telah berjalan saat ini yaitu usaha menjahit, usaha laundry, penjualan kopi (merk PeDe), penjualan kue, cemilan, dan aneka ragam keripik.

Sejak HWDI mengaktifkan kegiatan wirausaha, kegiatan ini dirasakan masih dianggap kurang maksimal dalam promosi dan marketing. Situasi pandemi Covid-19 yang membatasi kegiatan membuat produk-produk HWDI belum dikenal masyarakat secara luas, apalagi mendapatkan pelanggan tetap. Keterbatasan ini memerlukan terobosan baru untuk meningkatkan daya saing usaha bagi produk HWDI.

BPS Provinsi Bengkulu mengungkapkan bahwa sekitar 1.092.782 orang di Provinsi Bengkulu telah kehilangan mata pencaharian sejak pandemi Covid-19 (BPS, Mei 2022). Sekitar 2.945 penduduk Bengkulu masuk sebagai kategori penduduk bukan angkatan kerja, sementara itu terdapat 7.726 jiwa dalam status tidak bekerja lalu sebanyak 114.142 orang kemudian harus mengalami pengurangan jam kerja yang berimbas juga terhadap penurunan pendapatan (Pasaribu et al., 2022). Berdasarkan analisa sektor unggulan perekonomian Provinsi Bengkulu, hampir semua wilayah kota dan kabupaten di Bengkulu belum memiliki keunggulan kompetitif (Pasaribu et al., 2020).

Berdasarkan kondisi tersebut, Universitas Bengkulu menyelenggarakan sosialisasi pemanfaatan *marketplace* dan *digitalmarketing* sebagai media pemasaran produk-produk. Hal ini berguna untuk meningkatkan daya saing dari satu produk. Apalagi ditemukan bahwa produk yang dijual dengan memanfaatkan *market place* lebih mampu menerobos pangsa pasar karena preferensi konsumen yang lebih beragam dan persaingan yang tinggi membuat kualitas produk harus senantiasa diperbaiki (Yenipazarli, 2021).

Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya dalam peningkatan daya saing produk HWDI. *Outcome* dari kegiatan adalah bertambahnya pemahaman peserta kegiatan akan manfaat penggunaan *marketplace* dan *digital marketing* dalam upaya peningkatan daya saing usaha dari UMKM yang bergabung dalam HWDI Kota Bengkulu.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan mengambil target peserta yaitu para pelaku UMKM yang bergabung dalam Himpunan Wanita Penyandang Disabilitas di Indonesia (HWDI). Kegiatan pengabdian masyarakat dengan topik pemanfaatan *marketplace* dan *digital marketing* sebagai upaya peningkatan daya saing usaha dilakukan di Sekretariat HWDI. Kegiatan ini diikuti oleh 45 orang penggiat UMKM yang bergabung dalam HWDI Kota Bengkulu. Sistem kegiatan melalui metode sosialisasi yang dilengkapi dengan tanya jawab. Selain itu, peserta juga langsung melakukan praktek dengan membuat akun *marketplace* dan mengaktifkan sistem pembayaran secara digital yaitu dengan Qris. Penggunaan Qris diasumsikan mampu meningkatkan penjualan dikarenakan penggunaan teknologi yang mempermudah pelaksanaan transaksi (Setiawan & Mahyuni, 2020). Pada akhir sesi, dilakukan evaluasi kegiatan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dilakukan oleh dosen dan mahasiswa dari Universitas Bengkulu, tepatnya dari Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Adapun hasil dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

3.1 Persiapan Kegiatan

Persiapan dimulai dengan melakukan survei dan pengamatan langsung ke HWDI yang menjadi lokasi lakukan. Dalam hal ini, dilakukan survei kebutuhan peserta dan kondisi di lapangan. Selain itu, tim mengurus izin kegiatan dan menginvestigasi profil dan kebutuhan UMKM yang tergabung dalam HWDI Kota Bengkulu. Pada saat yang sama, tim juga melakukan koordinasi dengan Ketua HWDI Kota Bengkulu terkait waktu pelaksanaan sosialisasi, jumlah dan siapa

peserta yang diundang, serta perwakilan UMKM mana saja yang akan menjadi sasaran peserta.

Pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh tim dilaksanakan pada bulan Juni 2022. Dari kunjungan ini didapatkan persetujuan dan dukungan penuh dari Ketua HWDI Kota Bengkulu yang langsung menyediakan jadwal bagi sosialisasi PKM. Ketua HWDI Kota Bengkulu juga menyiapkan sekretariat HWDI sebagai tempat pelaksanaan kegiatan.

3.2 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilakukan di sekretariat HWDI Kota Bengkulu. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 11 Juni 2022. Tim PKM melakukan sosialisasi terkait manfaat dan kegunaan penjualan secara daring dan menggunakan sistem pembayaran berbasis digital agar peserta kegiatan dapat meningkatkan daya saing usaha di tengah maraknya persaingan. Sosialisasi dilakukan dengan menggunakan media *power point* dan dibantu oleh seorang penerjemah yang menyampaikan ulang materi dari narasumber kepada peserta dengan menggunakan bahasa isyarat agar sosialisasi dapat dipahami dengan baik.

Kegiatan PKM dipandu oleh Ratu Eva Febriani, S.E., M.Sc dengan waktu mulai adalah pukul 09.00 WIB. Mengawali kegiatan adalah sesi pembukaan yang oleh Rektor Universitas Bengkulu, Dr. Retno Agustina Ekaputri, S.E., M.Sc dan disambung langsung oleh Ketua HWDI Kota Bengkulu, Liana Lestari.

Sebanyak 45 orang peserta antusias mengikuti kegiatan ini. Semua peserta kegiatan baik anggota HWDI, dosen, dan mahasiswa mengikuti rangkaian kegiatan dengan tetap menerapkan protokol kesehatan, selalu mengenakan masker, dan menjaga jarak. Keseluruhan kegiatan dilakukan dengan tetap mengutamakan protokol kesehatan.

Kendala bahasa tidak menjadi halangan dikarenakan peserta kegiatan tetap antusias bertanya, khususnya pada sesi praktek. Narasumber dan tim PKM juga mencoba menjawab sambil belajar menggunakan bahasa isyarat dibantu dengan seorang *quipperian* atau juru bahasa isyarat. Kegiatan berlangsung

lancar dan meriah, tetapi tetap serius dan sesuai agenda.

Materi yang disampaikan oleh Esti Pasaribu, S.E., M.Ec.Dev adalah tentang pemanfaatan *marketplace* di luar alternatif toko berbentuk fisik, hal yang sampai saat ini masih sering ditemukan di mana-mana. Ketiadaan perencanaan dan target penjualan umumnya menjadi kendala sehingga pelaku UMKM hanya berpuas diri menjual secara konvensional menggunakan toko *offline*. Dengan adanya pelatihan dengan menampilkan perbandingan antara pelaku UMKM yang memanfaatkan *marketplace* dan yang tidak, peserta menyatakan akan lebih baik jika menggunakan *marketplace* (Maier & Wieringa, 2021)..



Gambar 2. Proses Pemberian Materi Penyuluhan

Efek pandemi yang masih terasa hingga saat ini memaksa pelaku UMKM untuk keluar dari zona nyaman dan mulai menyusun strategi bisnis, salah satunya melakukan penjualan secara online pada wadah *marketplace*, misalnya *instagram* dan *facebook*. Penggunaan *platform* ini membuat pangsa pasar menjadi lebih luas dengan pembeli yang lebih beragam dan tersebar, bukan hanya di area lokasi toko *offline*. Hal ini mampu meningkatkan penjualan UMKM sehingga dapat menambah keuntungan dari penjualan.

Lebih jauh lagi, dalam sosialisasi dibahas juga mengenai sistem pembayaran berbasis digital, yakni Qris yang merupakan produk dari Bank Indonesia. Sistem pembayaran berbasis digital ini mampu menjangkau konsumen dari kalangan anak muda yang biasanya melek teknologi.



Gambar 3. Narasumber Penyuluhan

Pandemi yang membawa pembeli untuk lebih berhati-hati terhadap virus dengan mengurangi kontak langsung, termasuk saat melakukan pembayaran dengan menggunakan uang kartal, menyebabkan penggunaan Qris menjadi alternatif pembayaran sehingga tidak ada alasan untuk gagal bertransaksi. Kemudahan-kemudahan yang diberikan, termasuk fasilitas standar uang wajib dimiliki oleh pelaku UMKM merupakan upaya nyata dalam peningkatan daya saing usaha.



Gambar 4. Salah Satu Produk HWDI

Peserta kegiatan yang sudah memiliki akun *instagram* namun belum dimanfaatkan secara maksimal tinggal melakukan proses unggah foto produk pada *marketplace*. Proses ini cukup memakan waktu, tetapi tetap dengan serius dikerjakan. Produk-produk yang sudah jadi

kemudian difoto untuk kemudian dimasukkan pada toko *online* tersebut. Dengan adanya pelatihan ini, maka peserta kembali disadarkan akan pentingnya marketing dengan memanfaatkan teknologi digital.

Penggunaan *marketplace* dalam transaksi jual beli bagi masyarakat disabilitas dirasa sangat mendukung karena dengan adanya *marketplace* itu dapat memudahkan mereka dalam mempromosikan jualannya dan dengan adanya *marketplace* membuat komunikasi antar pedagang dan pembeli lebih mudah bagi mereka. Disamping itu juga dengan kemajuan teknologi saat ini yang segala sesuatunya bersifat digital tentunya metode jual beli secara offline dapat tertinggal dan mulai ditinggalkan oleh masyarakat dibanding jual beli *online* yang sifatnya luas dan lebih mudah.

Penggunaan *marketplace* atau transaksi jual beli digital lainnya tidak hanya mempermudah transaksi antara penjual dan pembeli Ketika melakukan transaksi tetapi penggunaan *marketplace* juga dapat mempromosikan produk yang dijual dengan luas karena sifat media *online* yang dapat dijangkau semua khalayak, sehingga hal ini dapat mempermudah masyarakat disabilitas untuk mempromosikan hasil olahan mereka. Selain itu, pengaruh foto produk dan juga adanya testimoni positif dari pembeli sebelumnya akan sangat mempengaruhi calon pembeli untuk turut membeli produk yang ditawarkan secara online (Fauzi & Lina, 2021).

Dampak pandemi covid-19 menyebabkan masifnya transaksi jual beli secara online, karena dengan menggunakan transaksi secara online dapat meminimalisir penyebaran virus juga hal ini juga mendukung program pemerintah untuk tidak melakukan banyak aktifitas di keramaian.

Penggunaan *marketplace* ternyata lebih ekonomis dan lebih mudah dibanding dengan jenis transaksi jual beli *online* lainnya, hal itu disebabkan karena proses pembuatan akun yang tidak sulit. Proses pembuatan situs *marketplace* bisa langsung dibuat pada akun media sosial yang dimiliki oleh peserta kegiatan dan dapat langsung digunakan saat itu juga berbeda dengan *e-commerce* yang proses pembuatan akunnnya membutuhkan banyak tahap dan tidak dapat langsung digunakan. Kemudahan Penggunaan *marketplace* menyebabkan *marketplace* tidak hanya banyak digunakan oleh anak muda ternyata banyak juga digunakan

oleh orang tua. Tentunya ini sangat menguntungkan bagi masyarakat disabilitas dalam mengembangkan usaha mereka.



Gambar 5. Marketplace Produk HWDI Bengkulu

3.3 Evaluasi Kegiatan

Di akhir kegiatan, dilakukan pengamatan secara langsung kepada setiap peserta kegiatan. Pengamatan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui berapa banyak peserta yang dapat membuat situs *marketplace* dan dapat memasarkan hasil produk olahan mereka. Kendala bahasa ternyata tidak menjadi masalah karena kehadiran seorang juru bahasa isyarat. Dengan demikian, kegiatan ini dapat disimpulkan berjalan dengan sangat baik.

Akun *marketplace* HWDI adalah "mmidcm -Difabelpreneur Center MMI" pada media *instagram*. Pada media ini, dilakukan promosi kegiatan MMI dan produk-produk anggotanya, misalnya kopi PeDe, kain *ecoprinting*, konveksi, dan sebagainya. Berhubung akun ini sudah ada sebelumnya, maka dalam kegiatan kembali dicoba untuk memperbaharui produk dalam *marketplace* demi upaya meningkatkan penjualan.

Dalam diskusi, peserta kemudian sepakat bahwa pengelolaan *marketplace* secara masif dan konsisten mampu meningkatkan minat konsumen akan produk yang ditawarkan, sekaligus mampu menambah jumlah produk yang terjual.

Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia (HWDI) Cabang Kota Bengkulu berhasil memahami manfaat *marketplace* bagi peningkatan penjualan. Selain itu, HWDI juga menggunakan Qris untuk mempermudah transaksi. Dalam diskusi interaktif, ditemukan

bahwa penggunaan *marketplace* disepakati memang diperlukan oleh perorangan atau organisasi sebagai bentuk adaptasi penguasaan digital berbasis teknologi, khususnya di masa kini.



Gambar 6. Foto Bersama Peserta Kegiatan

Peserta mengemukakan kegiatan ini berguna bagi mereka dan harapannya penggunaan *marketplace* dapat dilakukan secara berkelanjutan dalam pengembangan usaha mereka sebagaimana kegiatan serupa yang dilakukan di penjuru Indonesia oleh (Epstein, 2010), (Stiadi et al., 2021), (Purnaningrum et al., 2022), (Nurchaya et al., 2021), dan (Al Farisi et al., 2021).

4. KESIMPULAN

Kekurangan seseorang tidak menjadikan orang itu untuk tidak dapat beraktifitas dan hanya merenungkan diri, begitu juga dengan masyarakat disabilitas, mereka memiliki hak yang sama dalam berekspresi dan menjalankan aktifitas seperti masyarakat biasanya.

Himpunan Wanita Disabilitas Indonesia Cabang Bengkulu merupakan salah satu himpunan yang merangkul setiap Wanita disabilitas yang tinggal di Bengkulu. Adapun organisasi ini bertujuan untuk mengembangkan potensi dari Wanita disabilitas di Bengkulu menjadikan Wanita disabilitas yang produktif.

Salah satu kegiatan yang HWDI cabang Kota Bengkulu lakukan yaitu pengembangan hasil olahan rumah tangga berupa produk makanan dan minuman. Kendala pemasaran hasil produk olahan HWDI cabang Kota Bengkulu menyebabkan produk tidak begitu dikenali oleh orang banyak. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh FEB Universitas Bengkulu tentang pemanfaatan

marketplace dalam pengembangan usaha ternyata memberikan ide baru dan hal yang menarik bagi HWDI Cabang Kota Bengkulu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Jurusan Ekonomi Pembangunan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu sebagai pemberi bantuan dana bagi pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM). Terima kasih kepada Ketua Himpunan Wanita Penyandang Disabilitas Kota Bengkulu (HWDI) beserta anggota yang telah berpartisipasi sebagai peserta dalam kegiatan ini, atas antusiasme dan tangan terbukanya menerima tim PKM. Juga terima kasih atas semua pihak yang telah terlibat atas dukungan dan kerja sama yang diberikan dalam kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, M. S., Ajriyansyah, A., Purwanto, A., & Triyana. (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan MekarsariCileungsi. *Jurnal Pengabdian Bina Mandiri*, 1(1). <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.1>
- Armelly, A., Rusdi, M., & Pasaribu, E. (2021). Analisis sektor unggulan perekonomian Indonesia: Model input-output. *SOROT*, 16(2). <https://doi.org/10.31258/sorot.16.2.119-134>
- Epstein, R. (2010). Analisis Situasi Penyandang Disabilitas Di Indonesia. *Medical Journal of Australia*, 1(S2).
- Fauzi, S., & Lina, L. F. (2021). Peran Foto Produk, Online Customer Review, dan Online Customer Rating pada Minat Beli Konsumen di E-commerce. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.151-156>
- Maier, E., & Wieringa, J. (2021). Acquiring customers through online marketplaces? The effect of marketplace sales on sales in a retailer's own channels. *International Journal of Research in Marketing*, 38(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.09.007>
- Nurchaya, Y. A., Nilasari, A. P., Bharata, R. W., & Dewi, R. P. (2021). Pelatihan Penjualan

- Produk di Era Digital Melalui E-Commerce pada Penyandang Disabilitas di Kota Magelang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2).
<https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i2.10433>
- Pasaribu, E., Anitasari, M., Gunawan, R., Ekaputri, R. A., & Putri, N. T. (2020). Analisis Shift Share Pada Transformasi Sektor Pertanian Wilayah di Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Qu*, 10(2), 129–144.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35448/jequ.v10i2.9557>
- Pasaribu, E., Yefriza, Y., & Sitorus, A. (2022). Pengelolaan dan Pembukuan Keuangan Pada UMKM di Pasar Bengkulu Demi Konsistensi Usaha di Masa Pandemi Covid-19. *Madani : Indonesian Journal of Civil Society*, 4(1).
<https://doi.org/10.35970/madani.v4i1.1059>
- Purnaningrum, E., Rafikayati, A., & Dyatmika, S. W. (2022). Peningkatan Profitabilitas Wirausaha Disabilitas di Era Digital dengan Ketrampilan Desain Produk dan Pemasaran pada E-Commerce. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1).
<https://doi.org/10.30651/aks.v6i1.4006>
- Santoso, H. B., Wibowo, A., Siang, J. J., Delima, R., & Chrismanto, A. R. (2021). Pemberdayaan Kewirausahaan Berbasis Teknologi Informasi Bagi Masyarakat Penyandang Disabilitas Di Gunung Kidul. *PATRIA*, 3(1).
<https://doi.org/10.24167/patria.v3i1.2298>
- Setiawan, I. W. A., & Mahyuni, L. P. (2020). QRIS di Mata UMKM: Eksplorasi Persepsi dan Intensi UMKM Menggunakan QRIS. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*.
<https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i10.p01>
- Stiadi, M., Herlinudinkhaji, D., Ariyanti, Y. D. P., & Erwanti, N. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Digital Marketing dalam Pengembangan Pemasaran bagi Pelaku UMKM. *Bakti Banua : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 8–11.
- <https://doi.org/10.35130/bbjm.v2i1.212>
- Yenipazarli, A. (2021). The marketplace dilemma: Selling to the marketplace vs. selling on the marketplace. *Naval Research Logistics*, 68(6).
<https://doi.org/10.1002/nav.21964>