



UNIVERSITAS JAYABAYA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
Teknik Elektro | Teknik Kimia | Teknik Mesin
TERAKREDITASI B



SURAT KETERANGAN TERBIT

No : 09/Dedikasi/FTI-UJ/VII/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Ir. Wike Handini, M.T.

NIDN : 0324096901

Pangkat : Lektor

Jabatab : Editor-In-Chief/Pemimpin Redaksi Jurnal Dedikasi

Menerangkan bahwa naskah/artikel Anda yang berjudul “Pelatihan Pengelolaan Marketplace Shopee Sebagai Peningkatan Pemasaran Produk Bagi Komunitas Bisnis Online Beautysalihaa” yang ditulis oleh:

Penulis 1 : Humisar Hasugian

Penulis 2 : Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti

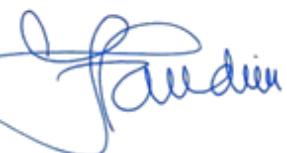
Penulis 3 : Nofiyani

Akan diterbitkan di Jurnal Dedikasi Volume 2 No 2 pada 30 Juni 2022.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas partisipasi dan kerja samanya, kami ucapan terima kasih.

Jakarta, 28 Juni 2022

Editor in Chief Jurnal Dedikasi



(Dr. Ir. Wike Handini, M.T.)

Dedikasi



Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

JURNAL DEDIKASI

VOL 2 , ISSUE 2



JUNE 2022

ISSN : 2774-454X (ONLINE)

TABLE OF CONTENTS

ARTICLES

Pendampingan Dalam Perencanaan dan Perancangan Sekolah Dasar Plus Fastabiqul Khoirot di Citayam Jawa Barat	73-81
<i>Ari Widjati Purwantiasning, saeful bahri</i>	
Pemberdayaan UKM Industri Tempe Melalui Pengolahan Limbah Kulit Ari Kedelai Menjadi Tepung Kaya Serat di Desa Jambesari Kab. Bondowoso	82-90
<i>Bekti Palipi, Istiqomah Rahmawati, Meta Fitri Rizkiana, Mohammad Nor, Muhammad Ilham</i>	
Optimalisasi Perpustakaan Desa Untuk Meningkatkan Kemampuan Literasi Masyarakat Desa Nyiin Kecamatan Jelimpo	91-98
<i>Pradipta Annurwanda, Siti Suprihatiningsih, Aprilia Mercy, Zakaria Susanto, Sri Maya Lestari</i>	
Produk Unggulan Sabun Cair Berbasis Ekstrak Kulit Jeruk dari Desa Sidomekar Kabupaten Jember dengan Penerapan Teknologi Tepat Guna Alat Ekstraksi Minyak Atsiri	99-107
<i>Boy Arief Fachri, Istiqomah Rahmawati, Bekti Palipi, Meta Fitri Rizkiana, Nurtsulutsiyah Nurtsulutsiyah, Habibatul Inayah Harti Arini</i>	
Produksi Minuman Herbal Anti Oksidan dari Ekstrak Rimpang Jahe Merah dan Kunyit di Pondok Pesantren Riyadhlul Huda	108-114
<i>Harini Agusta, Rinette Visca, Anisah Anisah, Bayu Kusumo</i>	
Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dan Desain sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Branding Produk dan Pendapatan Pada UMKM Koperasi Wanita ATSIRI	115-121
<i>Ika Kurniawati, Heriyanto Heriyanto, Fachri Amsury, Muhammad Rizki Fahdla</i>	
Ekstraksi Zat Warna dari Limbah Kulit Kakao sebagai Alternatif Pewarna Batik guna Meningkatkan Produktivitas Masyarakat Agribisnis Desa Banjar Sengon, Kecamatan Patrang	122-129
<i>Eriska Eklezia Dwi Saputri, Istiqomah Rahmawati, Rahma Rei Sakura</i>	
Penerapan Teknologi Fluidized Dryer Menjadi Simplisia untuk Minuman Sehat Sebagai Peluang Usaha di Pondok Pesantren Riyadhlul Huda Bogor	130-137
<i>Lubena Lubena, Donna Imelda, Flora Elvistia F, Dian Samodrawati</i>	
Pelatihan Pengelolaan Marketplace Shopee Sebagai Peningkatan Pemasaran Produk Bagi Komunitas Bisnis Online Beautysalihaa	138-144
<i>Humisar Hasugilan, Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti, Nofiyani Nofiyani</i>	
Pelatihan Pembuatan Larvasida Pembasmi Jentik Nyamuk Dari Buah Jeruk Nipis Di Kelurahan Kalumata Kota Ternate	145-153
<i>Mustafa Mustafa, Susan Arba</i>	

DEWAN EDITOR

Editor In Chief

[Dr. Ir. Wike Handini, MT.\(Scopus ID= 57191976421\)](#)

Managing Editor

[Lukman Nulhakim,ST.M.Eng.](#)

Editorial Board

1. [Prof. Robiah Yunus, Ph.D. \(UPM, Malaysia\)](#)
2. [Prof. Dr. Syahbudin M.Si. \(Universitas Pancasila, Indonesia\)](#)
3. [Dr. Ir. Farid Thaib \(Universitas Gunadarma, Indonesia\)](#)
4. [Dr. Ir. Ratri Ariatmi N, MT. \(UMJ, Indonesia\)](#)
5. [Dr. Flora Elvistia F. M.Si. \(Scopus ID=37080388600\)\(Universitas Jayabaya, Indonesia\)](#)
6. [Dr. Yeti Widyawati, ST, M.Si. \(Universitas Jayabaya, Indonesia\)](#)
7. [Ir. Herliati, MT. Ph.D. \(Scopus ID= 56168816500\) \(Universitas Jayabaya, Indonesia\)](#)
8. [Dr. Ir. Dwi Rahmalina, MT. \(Universitas Pancasila, Indonesia\)](#)
9. [Dr. Herlina, ST, MT. \(Universitas Sriwijaya, Indonesia\)](#)
10. [Rika Novita W. ST, MT\(Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia\)](#)

Fakultas Teknologi Industri Universitas Jayabaya
Jalan Raya Bogor Km. 28,8 Cimanggis, Jakarta Timur Indonesia
Telp. 021-8714823,8722485, Fax.021-87707720, Kotak Pos 4174
[Email:jurnaldedikasifti@gmail.com](mailto:jurnaldedikasifti@gmail.com)

JURNAL DEDIKASI

<http://jurnalfijayabaya.ac.id/index.php/Dedikasi>

DOI: <https://doi.org/10.31479/dedikasi.v2i2.160>

Pelatihan Pengelolaan *Marketplace* Shopee Sebagai Peningkatan Pemasaran Produk Bagi Komunitas Bisnis *Online* Beautysalihaa

Humisar Hasugian^{1*}, Dolly Virgian Shaka Yudha Sakti²⁾ dan Nofiyani¹⁾

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

²Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

*) Corresponding author: humisar.hasugian@budiluhur.ac.id

(Received: 06 June 2022 • Revised: 29 June 2022 • Accepted: 30 June 2022)

Abstract

Muslimah Beautysalihaa Online Business Community is a business team that sells cosmetic products under the Berl brand and also mukena with the Delanova brand. This team is led by Agent Berl Cosmetics Bogor Regency who is also a Delanova Distributor with around 50 resellers. The distributor as the team leader targets the monthly sales turnover next year to be double the current monthly turnover. In marketing products, Beautysalihaa has used social media Instagram. Therefore, it is necessary to support other technologies such as a marketplace to facilitate the marketing process. One of them is the Shopee marketplace which has often been used for safe buying and selling transactions. The use of Shopee is of course not only by opening an online kiosk, but certain techniques are needed so that the online kiosk that is owned can immediately operate and support the increase in the marketing of this online business. Therefore, in this community service training, the Budi Luhur University PKM team helps the Muslimah Beautysalihaa Online Business Community in utilizing the Shopee marketplace so that they can improve their product marketing as well as to add value and image of Budi Luhur University in the eyes of the public in the field of education.

Abstrak

Komunitas Bisnis *Online* Muslimah Beautysalihaa merupakan sebuah tim bisnis yang menjual produk kosmetik dengan merek Berl dan juga mukena dengan merek Delanova. Tim ini dipimpin oleh agen Berl Kosmetik Kabupaten Bogor yang sekaligus merupakan distributor Delanova dengan anggota *member* berjumlah sekitar 50 *reseller*. Distributor selaku pemimpin tim menargetkan omset penjualan bulanan tahun depan menjadi dua kali lipat dari omset bulanan saat ini. Dalam memasarkan produk, Beautysalihaa sudah memanfaatkan media sosial Instagram. Oleh karena itu, perlu adanya dukungan teknologi lain seperti *marketplace* untuk memudahkan proses pemasarannya. Salah satu nya adalah *marketplace* shopee yang sudah sering digunakan untuk bertansaksi jual beli secara aman. Pemanfaatan shopee ini tentunya tidak dengan membuka kios daring saja, tetapi dibutuhkan teknik tertentu agar kios daring yang dimiliki dapat segera beroperasi dan menunjang peningkatan pemasaran bisnis *online* ini, adapun target dari kegiatan pelatihan ini adalah orang-orang yang memiliki usaha penjualan berl kosmetik dan merupakan anggota komunitas muslimah beautysalihaa dan target sasaran dari pemanfaatan shopee ini adalah orang-orang yang membutuhkan produk berl kosmetik. Oleh karena itu, pada pelatihan pengabdian pada masyarakat kali ini, tim PKM Universitas Budi Luhur membantu Komunitas Bisnis *Online* Muslimah Beautysalihaa dalam memanfaatkan *marketplace* shopee agar mereka mampu meningkatkan pemasaran produknya juga agar dapat menambah nilai dan citra Universitas Budi Luhur di mata masyarakat dalam bidang pendidikan.

Keywords: beautysalihaa, marketplace, online shop, shopee

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi tidak lepas dari aktivitas transaksi untuk memenuhi kebutuhan hidup diri sendiri, mensejahterakan keluarga dan membantu orang lain yang membutuhkan baik berupa pangan, sandang dan papan [1]. Jual beli (bisnis) dimasyarakat merupakan kegiatan rutinitas yang dilakukan setiap waktu oleh semua manusia [2]. Perkembangan teknologi informasi saat ini menyebabkan perubahan yang sangat cepat dalam hal ekonomi, dimana transaksi jual beli pun bisa dilakukan melalui transaksi elektronik yang tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan [3] transaksi jual beli *online* dikalangan masyarakat terutama masa pandemic covid 19 pada periode 2 dibulan ramadhan kuartal 1 meningkat hingga 25 kali lipat kunjungan dibandingkan hari biasanya sehingga terjadi pergeseran kebiasaan berbelanja dari transaksi konvensional menjadi transaksi *online*, produk-produk yang populer beralih ke penjualan *online* meliputi kerudung dan pakaian muslim perempuan, aksesoris kendaraan bermotor, hingga perlengkapan dan aksesoris dapur. adapun salah satu *marketplace* yang sering digunakan dalam transaksi penjualan *online* adalah shopee.

Marketplace merupakan *website* yang menyediakan tempat untuk para pelaku usaha melakukan kegiatan transaksi bisnis produk yang akan dijual secara *online* [4]. Salah satu *marketplace* adalah shopee. *Marketplace* shopee merupakan salah satu *marketplace* yang sedang berkembang di Indonesia. *Marketplace* shopee saat ini dimanfaatkan oleh usaha mikro dan menengah (UMKM) sebagai sarana promosi penjualan [5]. Penggunaan *marketplace* sebagai sarana pemasaran *online* memiliki beberapa keuntungan bagi penjual diantaranya fleksibilitas waktu, tidak membutuhkan biaya operasional, tidak memerlukan promosi karena *platform marketplace* telah terdapat strategi promosi tersendiri, tidak terdapat biaya sewa, pengguna hanya cukup dengan mendaftarkan toko *onlinenya* untuk berjualan, meningkatkan pelayanan dan promo, dan sebagainya [6]. Akan tetapi dalam memanfaatkan shopee yang tepat guna, maka dibutuhkan sebuah landasan yang tepat dalam membuka kios daring yang ada di shopee. Untuk itulah dibutuhkan sebuah pelatihan yang dapat membantu komunitas ini dalam memanfaatkan shopee agar dapat meningkatkan pemasaran produknya.

Komunitas bisnis *online* Beautysalihaa merupakan komunitas *BERL Family*, dimana pelakunya merupakan *reseller*, agen dan distributor dari produk kecantikan Berl Kosmetik. Komunitas ini saling mendukung satu sama lain, dimana jika ada salah satu anggota yang belum paham, maka akan diberikan pemahaman terkait bisnis tersebut. Komunitas ini beranggotakan ibu – ibu rumah tangga yang memiliki usaha untuk berjualan berl kosmetik dan mempunyai perangkat komputer atau *smartphone* yang terhubung dengan internet agar dapat mendukung kegiatan usaha untuk mendapatkan penghasilan. Adapun syarat untuk menjadi *reseller* dari produk ini adalah memiliki *email* dan melakukan pendaftaran dan membeli produk dan atau membeli paket *reseller* berl kosmetik.

Dari anggota tersebut masih banyak yang belum mengerti apa itu bisnis *online*, cara berjualan secara *online* dan media apa yang dapat digunakan dalam berjualan *online* [7]. Berdasarkan latar belakang tersebut, tim pengabdian masyarakat Universitas Budi Luhur [8] bekerjasama dengan Beautysalihaa mengadakan pelatihan penggunaan shopee.

METODE

Pelatihan yang diadakan dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan proses penyampaian materi yang langsung diterapkan oleh para peserta. Penyampaian materi meliputi: (a) Pemberian materi yang menjadi dasar untuk dapat dilakukan oleh para peserta. (b) Adanya diskusi dan tanya jawab. Pada bagian penerapan dari materi yang disampaikan, peserta melakukan praktik secara langsung beserta beberapa latihan yang dapat dilihat hasilnya saat itu juga.

Secara keseluruhan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui tiga tahap yaitu observasi, dimana obseravasi dilakukan dengan berkunjung ke lokasi mitra untuk mengetahui kebutuhan mitra yang dalam proses pelatihan ini dilakukan oleh dosen Universitas Budi Luhur. Kemudian tahapan selanjutnya yaitu tahap wawancara yang mana wawancara dilakukan pada salah satu *member* dari muslimah beautysalihaa yang sudah mempunyai toko *online* yaitu Ibu Seftiani Dwi Astuti dan tahap ketiga yaitu mempelajari teori yang berkaitan dengan tema pelatihan, dokumentasi mitra dan mencari informasi dari sumber-sumber terkait tentang kondisi terbaru dari lokasi mitra. Dari metode pengumpulan data diatas, maka kami merangkai keterkaitan antara kegiatan yang kami lakukan antara tim dengan pengguna adalah sebagai berikut:

- a. Tim melakukan analisa kebutuhan pelatihan pada lokasi mitra (B-Erl Family).
- b. Tim dosen membuat hasil analisa kebutuhan dengan merancang kebutuhan pelatihan.
- c. Tim dosen membuat modul pelatihan yang akan digunakan.
- d. Tim Dosen melaksanakan pelatihan dan melakukan evaluasi kepada peserta pelatihan dengan memberikan latihan

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada pada tanggal 22 Januari 2022, pukul 8 pagi hingga pukul 12 siang (4 jam) yang diikuti oleh 35 peserta secara daring[10]. dengan menggunakan *google meet*, dimana *trainer* dan para peserta berada di lokasi yang berbeda-beda untuk menghindari kontak fisik secara langsung. Untuk mendapatkan tempat pelaksanaan secara *online* diawali dengan *login* melalui akun google, kemudian membuat (*create*) konferensi secara virtual melalui fitur *google meet* dengan memilih tanggal dan jam pelaksanaan pelatihan sesuai dengan yang telah disepakati, kemudian memilih alamat *link google meet* yang sudah terbentuk dan alamat *link* tersebut disebarluaskan melalui grup whatsapp peserta pelatihan sehingga para *trainer* dan peserta dapat bergabung ke dalam *google meet* menggunakan alamat *link* tersebut.

Alat dan Bahan

Media yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah komputer yang terkoneksi dengan internet [11], *platform google meet* [12], dan panduan materi pelatihan.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Analisa

1) Analisa Situasi

Tim Pelaksanaan kegiatan melakukan pertemuan dengan pihak mitra untuk berdiskusi secara langsung agar tim dapat menganalisa kebutuhan dari calon peserta pelatihan.

2) Identifikasi Masalah

Dari analisa yang telah dilakukan, identifikasi masalah yang dialami calon peserta pelatihan yaitu selama pandemi UMKM kesulitan dalam memasarkan produk.

3) Menentukan Tujuan

Tujuan diadakan kegiatan ini adalah dilakukan pelatihan kepada para UMKM yaitu pemaparan materi, dilanjutkan dengan praktikum yang dipandu oleh instruktur dan pengabdian masyarakat secara daring.

Implementasi

Implementasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kegiatan masyarakat ini dilakukan dengan kegiatan sebagai berikut :

- 1) Untuk mendapatkan analisa situasi, tim pelaksana melakukan diskusi dengan mitra dengan cara mengunjungi pihak mitra dan melakukan wawancara terhadap salah satu member komunitas muslimah beautysalihaa yaitu Ibu Seftiani Dwi Astuti.
- 2) Masalah yang ditemukan adalah member komunitas muslimah beautysalihaa mengalami kesulitan dalam menjual dan memasarkan produk dikarenakan masih adanya PPKM di wilayah Jakarta dan Tangerang karena pandemi covid 19 belum mereda.
- 3) Tujuan kegiatan ini memberikan pelatihan tentang bisnis *online* dan penggunaan shopee oleh instruktur secara bergantian sesuai topik yang telah disepakati. Metode praktik yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan penjelasan kepada UMKM menggunakan komputer dan *smartphone* dimana peserta mengikuti praktik yang diberikan instruktur, peserta dapat mengajukan pertanyaan jika belum paham sehingga instruktur dapat menjelaskan ulang materi yang diberikan.

Evaluasi

Evaluasi didapatkan melalui tes yang diberikan kepada peserta berupa *pre-test* dan *post-test*, *pre-test* diberikan sebelum acara pelatihan dimulai dengan mengerjakan beberapa soal secara *online* menggunakan *google form*, dan *post-test* dikerjakan setelah acara pelatihan selesai dengan mengerjakan secara *online* yang juga dilakukan menggunakan *google form*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan “Pengelolaan *Marketplace* Shopee Sebagai Peningkatan Pemasaran Produk Bagi Komunitas Bisnis *Online* Beautysalihaa” dilaksanakan secara virtual melalui *platform Google Meet* pada Sabtu, 22 Januari 2022 pada pukul 09.00 sampai dengan 12.00 WIB. Sebelum penyampaian materi pelatihan, acara dibuka oleh perwakilan tim PKM yaitu oleh Bapak Humisar Hasugian, S.Kom, M.Kom yang memberikan penjelasan tujuan dari diadakannya pelatihan ini. Kemudian peserta diberi kesempatan untuk menjawab soal *pre-test* yang diberikan secara *online* dengan durasi waktu pengerjaan selama 15 menit. Setelah itu pelatihan dimulai dengan memberikan materi mengenai dasar-dasar berjualan secara daring oleh tim pelaksana serta menjelaskan bagaimana cara membuat toko virtual pada *marketplace* shopee.

Agar para peserta tetap semangat, sesi berikutnya adalah tanya jawab seputar pembuatan toko virtual pada *marketplace* shopee, dimana selama acara berlangsung dipandu oleh pembawa acara Marini, M.Kom dilanjutkan dengan sesi tanya jawab, kemudian dilanjutkan dengan mengerjakan soal *post-test*, dan sebagai penutup dilakukan sesi foto bersama untuk dokumentasi tim pelaksana dengan peserta. Dalam kegiatan pelatihan dilakukan dokumentasi kegiatan yang dapat dilihat pada Gambar 2, Gambar 3, dan Gambar 4.

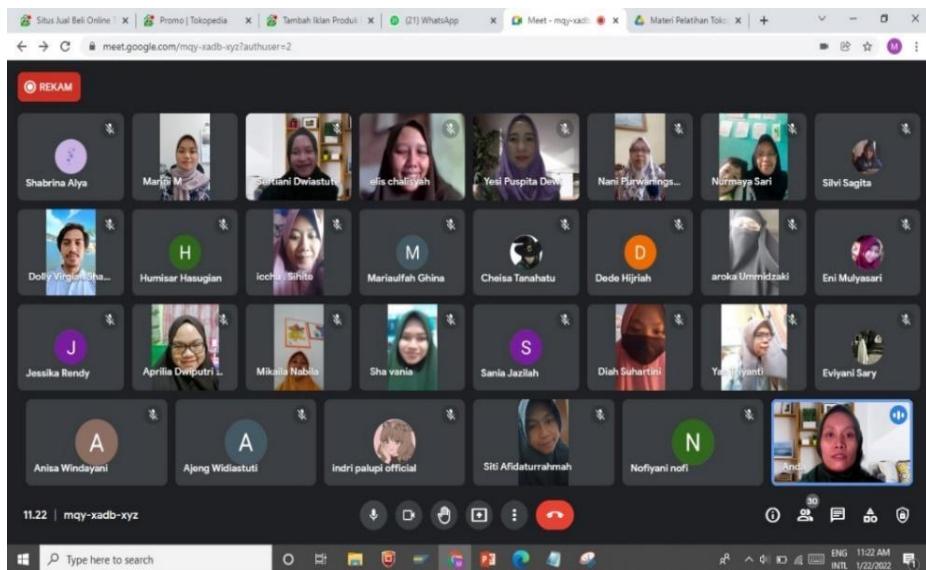


Gambar 2. Tim Instuktur PKM dan Peserta Pelatihan bisnis *online*



Gambar 3. Instruktur menjelaskan cara berjualan di shopee

Gambar 2 memperlihatkan para tim instruktur PKM dan beberapa peserta pelatihan. Pada Gambar 3, Ibu Seftiani sedang memaparkan tentang pengenalan bisnis *online* dan keuntungan berjualan *online* yang berdampak perubahan pada gaya hidup sehari-hari.



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab

Gambar 4 merupakan sesi tanya jawab yang dilakukan melalui *google meet*. Dimana pada sesi ini peserta dapat bertanya langsung kepada instruktur. Evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diambil dari hasil *pretest* yaitu pertanyaan yang diisi sebelum pelatihan dimulai dan *post test* yaitu pertanyaan yang diisi setelah pelatihan selesai dilaksanakan, hasil pretest dan *post test* ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil *Post Test*

No	Instrument	Ya	Tidak
1.	Apakah Pelatihan Shopee disampaikan menarik?	25	5
2.	Apakah Pelatihan Shopee bermanfaat untuk bisnis <i>online</i> Anda?	25	5
3.	Apakah dengan Menggunakan Shopee mempermudah dalam mengelola bisnis <i>online</i> Anda? Ya	25	5
4.	Apakah Anda tertarik Shopee?	25	5
5.	Apakah anda puas Shopee yang telah disampaikan?	25	5

Berdasarkan Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas respon peserta yakni sebanyak 25 responden mengisi "Ya", lima responden mengisi "Tidak", dan lima responden lainnya memilih untuk tidak mengisi. Artinya mayoritas peserta melatihan merasakan manfaat dan merasa puas akan materi pelatihan yang disampaikan

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pelatihan ini adalah peserta pelatihan sangat antusias pada saat mengikuti pelatihan bagaimana mengelola usaha menggunakan *marketplace* shopee, terlihat dari para peserta mengikuti rangkaian kegiatan sampai akhir kegiatan. Kemudian, peserta mampu memamahi materi pelatihan yang diberikan, dilihat dari hasil evaluasi

post-test yang diberikan di akhir pelaksanaan kegiatan dan yang terakhir yaitu peserta mampu membuat toko *online* pada *marketplace shopee*.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada seluruh tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu Universitas Budi Luhur dan komunitas bisnis *Online Beautysalihaa*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Hendiana and A. D. Aly, “Transaksi Jual Beli *Online* Perspektif Ekonomi Islam,” *J. Penelit. Huk. Ekon. Syariah*, vol. 3, pp. 41–53, 2015.
- [2] W. Susiawati, “Jual Beli Dan Dalam Konteks Kekinian,” *J. Ekon. Islam*, vol. 8, pp. 171–184, 2017.
- [3] G. Pratama, “Analisis Transaksi Jual Beli *online* Melalui Website *Marketplace Shopee* Menurut Konsep Bisnis di Masa Pandemic Covid 19,” *Ecopreneur J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 1, pp. 21–34, 2020.
- [4] R. Yustiani and R. Yunanto, “Peran *Marketplace* Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi,” *J. Ilm. Komput. dan Inform.*, vol. 6, pp. 43–48, 2017.
- [5] E. Septiana Sulistiyawati and A. Widayani, “*Marketplace Shopee* Sebagai Media Promosi Penjualan Umkm di Kota Blitar,” *J. Pemasar. Kompetitif*, vol. 4, pp. 133–142, 2020.
- [6] A. Desiani, Irmeilyana, A. I. Putri, E. Yuniar, N. A. Calista, S. Makhalli, and A. Amran, “Pemanfaatan *Marketplace Shopee* sebagai Strategi untuk Meningkatkan Pemasaran Kain Songket,” *J. Inov. Has. Pengabdi. Masy.*, vol. 4, pp. 209–219, 2021.
- [7] Jurnal.id, “Tips agar Bisnis UKM Mampu Bertahan di Masa Pandemi Corona,” *Jurnal.id*, 2022. [Online]. Available: <https://www.jurnal.id/id/blog/tips-agar-bisnis-ukm-mampu-bertahan-di-masa-pandemi-corona/>. [Accessed: 12-Jan-2022].
- [8] A. Muhammad, “Tri Dharma Perguruan Tinggi.” [Online]. Available: https://www.academia.edu/4379037/TRI_DHARMA_PERGURUAN_TINGGI. [Accessed: 15-Dec-2015].
- [9] B. Santoso, *Skema dan Mekanisme Pelatihan: Panduan Penyelenggaraan Pelatihan*. Yayasan Terumbu Karang Indonesia, 2017.
- [10] Doddy, “Pelatihan Pembelajaran Daring,” *dikti.kemdikbud.go.id*, 2020. [Online]. Available: <http://www.dikti.kemdikbud.go.id/pengumuman/pelatihan-pembelajaran-daring/>.
- [11] F. Rohman, “Internet Adalah Jaringan Komputer, Ini Pengertian dan Sejarahnya,” *katadata.co.id*, 2022. [Online]. Available: <https://katadata.co.id/intan/berita/61ee4467db13b/internet-adalah-jaringan-komputer-ini-pengertian-dan-sejarahnya#:~:text=Internet> adalah jaringan komunikasi elektronik, terorganisir melalui telepon atau satelit. [Accessed: 06-Jun-2022].
- [12] Z. Nilakandi, “Pengertian Google Meet Beserta Manfaat, Kelebihan dan Kekurangannya,” *nesabamedia.com*, 2020. [Online]. Available: <https://www.nesabamedia.com/pengertian-google-meet/>. [Accessed: 06-Jun-2022].