

## Pelatihan Pembuatan Toko Online Berbasis Marketplace untuk Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga

Khaerul Anam<sup>1\*</sup>, Martanto<sup>2</sup>, Azzahra Moudy Fajria<sup>3</sup>, Bagus Hermawan<sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup>Program Studi Teknik Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Cirebon, Indonesia

Email: <sup>1\*</sup>[khaerulanam.ikmi@gmail.com](mailto:khaerulanam.ikmi@gmail.com), <sup>2</sup>[martanto.ikmi@gmail.com](mailto:martanto.ikmi@gmail.com),

<sup>3</sup>[azzahramoudyfajria.ikmi@gmail.com](mailto:azzahramoudyfajria.ikmi@gmail.com), <sup>4</sup>[bagushermawan.ikmi@gmail.com](mailto:bagushermawan.ikmi@gmail.com)

(\* : coresponding author)

**Abstrak**—Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan ibu rumah tangga melalui pembuatan dan pengelolaan toko online berbasis marketplace. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh potensi besar e-commerce dalam memberikan fleksibilitas waktu dan peluang ekonomi tambahan bagi ibu rumah tangga. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan intensif tentang pembuatan toko online, pengelolaan produk, pemasaran digital, dan layanan pelanggan. Hasilnya, peserta mampu membuat toko online sendiri dan mengelola operasionalnya dengan baik. Program ini memberikan solusi praktis bagi ibu rumah tangga untuk meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi. Disarankan adanya pendampingan lanjutan dan perluasan program untuk menjangkau lebih banyak peserta.

**Kata kunci:** E-commerce, Ibu Rumah Tangga, Marketplace, Pemberdayaan Ekonomi, Toko Online

**Abstract**—This community service program aims to empower housewives through the creation and management of online stores based on marketplaces. This activity is motivated by the great potential of e-commerce in providing time flexibility and additional economic opportunities for housewives. The implementation method includes intensive training on online store creation, product management, digital marketing, and customer service. As a result, participants are able to create their own online stores and manage their operations well. This program provides a practical solution for housewives to increase income and economic independence. Further assistance and program expansion are recommended to reach more participants.

**Keywords:** E-commerce, Housewives, Marketplace, Economic Empowerment, Online Store

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Analisis Situasi

Dalam era digital saat ini, pemanfaatan teknologi dalam dunia usaha menjadi kebutuhan yang mendesak, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM). Ibu rumah tangga yang ingin berwirausaha sering menghadapi kendala dalam mengembangkan bisnisnya, seperti keterbatasan modal, akses pasar, serta kurangnya pemahaman mengenai teknologi digital untuk pemasaran produk.

Situasi dan Permasalahan yang Dihadapi

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sekitar 64,5% UMKM di Indonesia masih belum memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produknya. Padahal, menurut laporan Google, Temasek, dan Bain & Company (2022), ekonomi digital Indonesia diprediksi mencapai USD 146 miliar pada tahun 2025, dengan sektor e-commerce sebagai kontributor terbesar.

Di sisi lain, banyak ibu rumah tangga yang memiliki keterampilan dalam produksi barang seperti kerajinan tangan, makanan ringan, atau fashion, tetapi mengalami kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Mereka cenderung hanya mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut atau media sosial yang terbatas, sehingga pertumbuhan usaha mereka tidak maksimal.

### 1. Alasan Perlunya Kegiatan

Melihat kondisi tersebut, perlu adanya program pendampingan dalam pembuatan dan pengelolaan toko online berbasis marketplace bagi ibu rumah tangga agar mereka bisa:

- Memanfaatkan marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak sebagai sarana pemasaran yang lebih luas.
- Meningkatkan keterampilan digital, termasuk strategi pemasaran online, pengelolaan stok, hingga layanan pelanggan.

- c. Meningkatkan pendapatan keluarga melalui optimalisasi bisnis digital yang lebih terstruktur.

Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan ibu rumah tangga dapat menjadi lebih mandiri secara finansial serta mampu mengembangkan usahanya dengan lebih profesional dalam ekosistem digital.

## **1.2 Permasalahan Mitra**

Dalam upaya membangun dan mengembangkan usaha berbasis digital, ibu rumah tangga sebagai mitra dalam program ini menghadapi berbagai tantangan yang mempengaruhi kelangsungan usaha dan kesejahteraan mereka. Berikut adalah beberapa permasalahan utama yang diidentifikasi:

### **1. Kurangnya Literasi Digital dan Pemahaman Marketplace**

Sebagian besar ibu rumah tangga masih memiliki keterbatasan dalam pemahaman tentang cara kerja marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Mereka tidak terbiasa dengan fitur-fitur seperti pengaturan katalog produk, optimasi pencarian (SEO marketplace), strategi promosi, dan pengelolaan transaksi digital. Akibatnya, toko mereka sulit bersaing dengan penjual lain yang sudah lebih berpengalaman dalam pemasaran online.

### **2. Kendala dalam Manajemen Stok dan Operasional**

Banyak ibu rumah tangga yang menjalankan usaha kecil-kecilan secara manual tanpa sistem pencatatan yang baik. Mereka sering mengalami kesulitan dalam mengelola stok barang, pencatatan transaksi, dan pemenuhan pesanan tepat waktu. Hal ini dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan menurunkan kepercayaan pelanggan terhadap toko mereka.

### **3. Terbatasnya Akses terhadap Modal dan Sumber Daya**

Modal usaha menjadi salah satu kendala utama bagi ibu rumah tangga dalam memperluas bisnisnya. Mereka sering kali kesulitan mendapatkan pinjaman atau investasi karena tidak memiliki catatan keuangan yang jelas atau akses terhadap lembaga keuangan. Selain itu, keterbatasan sumber daya seperti perangkat teknologi (laptop atau smartphone yang memadai) serta akses internet yang stabil juga menjadi hambatan dalam operasional bisnis online.

### **4. Minimnya Strategi Pemasaran Digital yang Efektif**

Tanpa strategi pemasaran yang tepat, produk yang dijual sulit ditemukan oleh calon pembeli. Ibu rumah tangga umumnya hanya mengandalkan pemasaran dari media sosial pribadi atau promosi terbatas tanpa memanfaatkan fitur berbayar seperti iklan marketplace (ads), diskon flash sale, atau program gratis ongkir. Hal ini menyebabkan rendahnya jumlah kunjungan dan transaksi di toko online mereka.

### **5. Kurangnya Kepercayaan Diri dan Networking dalam Bisnis Digital**

Sebagian besar ibu rumah tangga masih ragu dalam mengambil langkah untuk memasarkan produknya secara lebih luas. Mereka merasa kurang percaya diri dalam bersaing dengan pelaku bisnis lain yang lebih berpengalaman dan memiliki modal lebih besar. Selain itu, keterbatasan dalam jaringan bisnis dan komunitas wirausaha juga membuat mereka kurang mendapatkan dukungan serta wawasan baru dalam menjalankan bisnis online.

Dampak terhadap Operasional dan Kesejahteraan:

Permasalahan-permasalahan di atas berdampak langsung pada pertumbuhan bisnis yang stagnan, rendahnya pendapatan, dan kurangnya motivasi untuk mengembangkan usaha lebih lanjut. Tanpa adanya intervensi dan bimbingan yang tepat, ibu rumah tangga berpotensi kehilangan peluang besar dalam memanfaatkan marketplace sebagai sumber pendapatan yang berkelanjutan.

Melalui program ini, diharapkan para ibu rumah tangga dapat mengatasi tantangan tersebut dengan memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan akses yang lebih baik untuk menjalankan toko online secara profesional, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga mereka.

### **1.3 Tujuan Kegiatan**

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan kemandirian ekonomi ibu rumah tangga melalui pemanfaatan toko online berbasis marketplace. Dengan adanya pendampingan dan pelatihan, diharapkan para mitra dapat mengelola usaha mereka secara lebih profesional dan berkelanjutan.

#### **1.3.1 Tujuan Jangka Pendek**

1. Meningkatkan Literasi Digital
  - a. Memberikan pelatihan dasar tentang cara membuat dan mengelola toko online di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.
  - b. Mengajarkan penggunaan fitur-fitur penting seperti manajemen produk, pengaturan harga, dan strategi pemasaran digital.
2. Membantu Pembuatan dan Optimalisasi Toko Online
  - a. Mendampingi ibu rumah tangga dalam membuat toko online dari nol hingga siap beroperasi.
  - b. Mengoptimalkan tampilan toko, deskripsi produk, serta penggunaan foto dan video yang menarik.
3. Memberikan Pemahaman tentang Manajemen Usaha Digital
  - a. Mengajarkan pencatatan keuangan sederhana untuk usaha berbasis digital.
  - b. Meningkatkan keterampilan dalam mengelola stok dan pemenuhan pesanan agar operasional berjalan lancar.
4. Meningkatkan Kepercayaan Diri dan Motivasi Berwirausaha
  - a. Mendorong ibu rumah tangga untuk lebih percaya diri dalam memasarkan produk mereka.
  - b. Membantu mereka bergabung dalam komunitas wirausaha untuk saling berbagi pengalaman dan strategi bisnis.

#### **1.3.2 Tujuan Jangka Panjang**

1. Menciptakan Kemandirian Ekonomi bagi Ibu Rumah Tangga
  - a. Meningkatkan pendapatan ibu rumah tangga melalui penjualan yang stabil di marketplace.
  - b. Mendorong mereka untuk mengembangkan bisnis yang lebih besar dan berkelanjutan.
2. Meningkatkan Daya Saing dan Keberlanjutan Usaha Digital
  - a. Mengembangkan strategi pemasaran digital yang lebih efektif, termasuk penggunaan iklan berbayar, media sosial, dan kampanye promosi.
  - b. Membantu ibu rumah tangga memahami analisis data penjualan agar dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih baik.
3. Mendorong Inovasi dalam Produk dan Layanan
  - a. Membantu ibu rumah tangga untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan agar lebih kompetitif di pasar digital.
  - b. Mengajarkan mereka cara menyesuaikan strategi bisnis dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen.
4. Membangun Jaringan Wirausaha yang Solid
  - a. Membentuk komunitas wirausaha ibu rumah tangga yang saling mendukung dan berbagi pengalaman.
  - b. Meningkatkan peluang kerja sama dengan supplier, reseller, dan mitra bisnis lainnya.

Dengan pencapaian tujuan-tujuan ini, program ini diharapkan dapat membantu ibu rumah tangga menjadi lebih mandiri secara ekonomi dan mampu bersaing di era digital melalui pemanfaatan marketplace secara optimal.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode pendekatan partisipatif, di mana ibu rumah tangga sebagai mitra terlibat secara aktif dalam setiap tahap pelaksanaan. Pendekatan ini mencakup pelatihan, pendampingan langsung, serta monitoring dan evaluasi untuk memastikan keberlanjutan hasil yang dicapai.

### **2.1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

#### **2.1.1 Tahap Persiapan**

1. Identifikasi Mitra dan Kebutuhan
  - a. Melakukan survei dan wawancara untuk memahami kendala utama yang dihadapi ibu rumah tangga dalam memulai usaha online.
  - b. Memilih peserta yang berpotensi dan memiliki minat serius dalam mengembangkan bisnis digital.
2. Penyusunan Modul dan Materi Pelatihan
  - a. Menyusun materi pelatihan yang mencakup pembuatan toko online, pemasaran digital, manajemen stok, dan pencatatan keuangan sederhana.
  - b. Menyiapkan tutorial berbasis video, e-book, dan modul interaktif untuk mendukung proses pembelajaran.
3. Pengadaan Sarana dan Infrastruktur Pendukung
  - a. Menyediakan perangkat teknologi (laptop/smartphone) bagi peserta yang membutuhkan.
  - b. Menyiapkan akun marketplace untuk setiap mitra dan melakukan uji coba awal.

#### **2.1.2 Tahap Pelaksanaan dan Implementasi**

1. Pelatihan Pembuatan dan Pengelolaan Toko Online
  - a. Workshop langsung tentang cara membuat toko di marketplace (Shopee, Tokopedia, Bukalapak).
  - b. Simulasi unggah produk, pembuatan deskripsi yang menarik, dan penggunaan fitur promosi.
2. Pendampingan Pemasaran Digital dan Branding
  - a. Pelatihan fotografi produk menggunakan smartphone untuk meningkatkan daya tarik visual.
  - b. Optimalisasi deskripsi produk berbasis SEO (Search Engine Optimization) agar lebih mudah ditemukan di marketplace.
  - c. Strategi pemasaran melalui media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp Business) untuk meningkatkan jangkauan pelanggan.
3. Bimbingan Manajemen Stok, Keuangan, dan Operasional
  - a. Pendampingan dalam pencatatan stok dan transaksi menggunakan Google Spreadsheet atau aplikasi pencatatan keuangan.
  - b. Simulasi pengelolaan pesanan, pengemasan produk, dan kerja sama dengan ekspedisi pengiriman.
4. Pembentukan Komunitas dan Jaringan Bisnis
  - a. Membentuk grup diskusi (WhatsApp/Telegram) untuk berbagi pengalaman dan strategi bisnis.
  - b. Menghubungkan mitra dengan pemasok atau reseller potensial.

### **2.1.3 Tahap Monitoring dan Evaluasi**

1. Evaluasi Kinerja dan Dampak Program
  - a. Melakukan survei sebelum dan sesudah program untuk mengukur peningkatan keterampilan dan pendapatan mitra.
  - b. Menganalisis data transaksi dari toko online mitra untuk melihat pertumbuhan bisnis mereka.
2. Mentoring Lanjutan dan Pendampingan Pasca Program
  - a. Melakukan sesi konsultasi berkala untuk membantu mitra menyelesaikan tantangan yang muncul.
  - b. Memberikan pelatihan lanjutan bagi mitra yang ingin mengembangkan usahanya lebih jauh.
3. Penyusunan Laporan dan Rekomendasi
  - a. Menyusun laporan akhir yang berisi hasil kegiatan, tantangan yang dihadapi, serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.
  - b. Dokumentasi keberhasilan mitra sebagai studi kasus untuk referensi program serupa di masa depan.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Hasil**

Selama pelaksanaan program "Pembuatan dan Pengelolaan Toko Online Berbasis Marketplace untuk Ibu Rumah Tangga", berbagai hasil telah dicapai sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Keberhasilan program ini diukur dari jumlah mitra yang berhasil menjalankan toko online, peningkatan keterampilan digital mereka, serta dampak ekonomi yang dirasakan.

Pencapaian Target Program:

1. Sebanyak 20 Ibu Rumah Tangga Berhasil Membuka dan Mengelola Toko Online
  - a. Setiap mitra telah memiliki toko yang aktif di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.
  - b. Produk mereka sudah diunggah dengan deskripsi yang menarik dan foto berkualitas tinggi.
2. Peningkatan Keterampilan Digital dan Pemasaran Online
  - a. Sebelum pelatihan, hanya 30% mitra yang memahami dasar penggunaan marketplace. Setelah program, 90% mitra sudah mampu mengelola toko online secara mandiri.
  - b. Mitra kini menguasai teknik SEO sederhana, strategi promosi, serta pemasaran melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan.
3. Peningkatan Penjualan dan Pendapatan Mitra
  - a. Dalam 3 bulan pertama setelah implementasi, 80% mitra mengalami peningkatan omzet sebesar 30-50% dibandingkan sebelum mengikuti program.
  - b. Beberapa mitra bahkan telah menerima pesanan dari luar daerah karena strategi pemasaran yang lebih luas.
4. Terbentuknya Komunitas Wirausaha Digital
  - a. Dibentuk grup WhatsApp sebagai wadah komunikasi dan berbagi pengalaman antar mitra.
  - b. Mitra saling memberikan dukungan dalam mengelola usaha serta berbagi peluang kolaborasi bisnis.
5. Penerapan Manajemen Stok dan Keuangan yang Lebih Baik
  - a. Sebelum program, sebagian besar mitra tidak mencatat transaksi dan stok secara terstruktur.
  - b. Kini, 100% mitra telah menggunakan Google Spreadsheet atau aplikasi pencatatan sederhana untuk memantau keuangan dan stok produk.

### **3.1.1 Dampak Positif pada Mitra:**

1. Kemandirian dalam Berbisnis  
Sebelum program, banyak ibu rumah tangga hanya mengandalkan penghasilan suami. Kini, mereka lebih mandiri secara finansial dengan memiliki sumber penghasilan sendiri.
2. Peningkatan Kepercayaan Diri dan Motivasi Berwirausaha
  - a. Mitra yang awalnya ragu untuk berjualan online kini lebih percaya diri dalam menjalankan bisnis digital.
  - b. Mereka juga lebih aktif mencari peluang usaha baru, seperti menjadi reseller atau memperluas produk yang dijual.
3. Dampak Ekonomi bagi Keluarga
  - a. Pendapatan tambahan dari bisnis online membantu mitra dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga dan biaya pendidikan anak.
  - b. Beberapa mitra sudah berencana untuk merekrut tenaga tambahan untuk membantu operasional bisnis mereka.
4. Kontribusi pada Ekonomi Digital
  - a. Program ini telah berkontribusi dalam meningkatkan jumlah UMKM digital yang berdaya saing dan melek teknologi.
  - b. Mitra kini menjadi bagian dari ekosistem e-commerce yang terus berkembang di Indonesia.

### **3.1.2 Evaluasi dan Pembelajaran untuk Keberlanjutan Program**

1. Tantangan yang Dihadapi:
  - a. Beberapa mitra mengalami kesulitan dalam konsistensi pemasaran dan manajemen waktu antara urusan rumah tangga dan bisnis.
  - b. Tidak semua mitra memiliki akses ke perangkat teknologi yang memadai untuk operasional bisnis mereka.
2. Langkah Perbaikan untuk Masa Depan:
  - a. Menyediakan sesi mentoring lanjutan agar mitra tetap mendapatkan bimbingan dalam menghadapi tantangan bisnis.
  - b. Mengembangkan modul pelatihan tambahan untuk mengajarkan strategi pengelolaan waktu bagi ibu rumah tangga yang berbisnis.
  - c. Membangun kerja sama dengan instansi terkait untuk memberikan akses ke peralatan digital bagi mitra yang membutuhkan.

### **3.2 Pembahasan**

Sebagai hasil dari kegiatan "Pembuatan dan Pengelolaan Toko Online Berbasis Marketplace untuk Ibu Rumah Tangga", telah dihasilkan berbagai luaran konkret yang dapat diukur dalam bentuk modul pelatihan, peningkatan keterampilan mitra, serta sarana pendukung yang membantu keberlanjutan bisnis mereka.

#### **3.2.1 Produk dan Dokumen Pelatihan:**

1. Modul Pelatihan Digital dalam Bentuk E-Book dan Video Tutorial
  - a. Berisi panduan lengkap tentang pembuatan dan pengelolaan toko online di marketplace.
  - b. Materi mencakup cara membuat akun, mengunggah produk, strategi pemasaran digital, serta manajemen stok dan keuangan.
  - c. Format e-book dan video tutorial memungkinkan mitra untuk belajar secara fleksibel kapan saja.
2. Template Manajemen Stok dan Keuangan Sederhana
  - a. Berupa Google Spreadsheet atau aplikasi pencatatan keuangan sederhana untuk membantu mitra mengelola transaksi dan stok produk.
  - b. Dapat digunakan oleh mitra secara mandiri tanpa memerlukan keahlian akuntansi yang kompleks.
2. Dokumentasi Program dan Studi Kasus Keberhasilan Mitra



- a. Berisi laporan perkembangan mitra sebelum dan sesudah mengikuti program.
- b. Studi kasus ini dapat menjadi referensi bagi program serupa di masa depan.

### **3.2.2 Peningkatan Keterampilan Mitra:**

1. Kemampuan Mengelola Toko Online Secara Mandiri
  - a. Sebelum program, hanya 30% mitra yang memahami dasar marketplace. Setelah pelatihan, 90% mitra mampu mengelola toko mereka secara mandiri.
  - b. Mitra dapat mengatur stok, melakukan promosi, serta melayani pelanggan dengan baik.
2. Peningkatan Kemampuan Digital dan Pemasaran Online
  - a. Mitra kini lebih terampil dalam menggunakan teknik fotografi produk sederhana untuk meningkatkan daya tarik produk.
  - b. Mereka juga memahami strategi pemasaran digital, termasuk penggunaan SEO dalam deskripsi produk dan promosi melalui media sosial.
3. Penerapan Sistem Manajemen Usaha yang Lebih Baik
  - a. Mitra mulai menerapkan pencatatan keuangan yang lebih rapi dengan bantuan template yang diberikan.
  - b. Kini, 100% mitra mencatat transaksi dan stok secara lebih terstruktur, mengurangi risiko kerugian akibat pencatatan yang tidak teratur.

### **3.2.3 Sarana dan Infrastruktur Pendukung:**

1. 20 Toko Online Berbasis Marketplace Berhasil Beroperasi
  - a. Setiap mitra telah memiliki toko yang aktif di platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.
  - b. Produk mereka sudah diunggah dengan foto berkualitas tinggi dan deskripsi yang menarik.
2. Komunitas Digital untuk Mitra
  - a. Dibentuk grup WhatsApp/Telegram sebagai wadah berbagi informasi dan pengalaman antar mitra.
  - b. Mitra mendapatkan dukungan dari sesama pelaku usaha untuk terus berkembang.
3. Akses ke Jaringan Supplier dan Ekspedisi

Mitra telah dibantu dalam menjalin kerja sama dengan pemasok bahan baku dan jasa ekspedisi untuk pengiriman yang lebih efisien.

### **Foto Kegiatan**



**Gambar 1.** Foto Kegiatan

## 4. KESIMPULAN

Kegiatan "Pembuatan dan Pengelolaan Toko Online Berbasis Marketplace untuk Ibu Rumah Tangga" telah berhasil mencapai tujuan utama dalam memberdayakan ibu rumah tangga agar lebih mandiri secara ekonomi melalui bisnis digital. Program ini tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga mendorong perubahan mindset dan peningkatan keterampilan wirausaha digital.

Beberapa pencapaian utama dari kegiatan ini meliputi:

1. Sebanyak 20 toko online telah berhasil dibuat dan beroperasi di marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak.
2. 90% mitra kini mampu mengelola toko online mereka secara mandiri, termasuk manajemen stok, promosi, dan transaksi.
3. 80% mitra mengalami peningkatan omzet sebesar 30-50% dalam tiga bulan setelah mengikuti program.
4. 100% mitra mulai menerapkan pencatatan keuangan sederhana menggunakan template yang diberikan.
5. Terbentuknya komunitas digital bagi ibu rumah tangga yang saling mendukung dalam menjalankan bisnis mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah memberikan dampak positif yang nyata dalam meningkatkan keterampilan digital, mendorong kewirausahaan, dan memperbaiki manajemen usaha mitra.

### 4.1 Pelajaran yang Dapat Diambil:

1. Pendekatan Praktis dan Aplikatif Sangat Efektif
  - a. Materi berbasis praktik langsung lebih mudah dipahami dan diterapkan oleh mitra dibandingkan teori saja.
  - b. Simulasi langsung dalam pembuatan toko online membantu mempercepat pemahaman dan penerapan.
2. Pendampingan Berkelanjutan Dibutuhkan untuk Keberhasilan Jangka Panjang
  - a. Mitra masih membutuhkan bimbingan setelah pelatihan, terutama dalam menghadapi tantangan seperti persaingan pasar dan strategi pemasaran digital yang efektif.
  - b. Mentoring secara berkala dapat membantu mereka mempertahankan serta mengembangkan bisnis online mereka.
3. Komunitas Digital Sangat Membantu dalam Keberlanjutan Bisnis
  - a. Dengan adanya grup WhatsApp atau Telegram, mitra bisa terus berbagi pengalaman dan bertanya jika mengalami kendala.
  - b. Jaringan ini juga berpotensi untuk berkembang menjadi ekosistem bisnis yang lebih besar.

### 4.2 Rekomendasi untuk Keberlanjutan Program:

1. Pengembangan Program Lanjutan dengan Materi yang Lebih Mendalam
  - a. Menyediakan pelatihan tingkat lanjut, seperti strategi pemasaran digital yang lebih kompleks (Facebook Ads, Instagram Ads, SEO lanjutan).
  - b. Menambah materi tentang pengelolaan keuangan digital dan strategi ekspansi bisnis.
2. Mentoring dan Pendampingan Berkelanjutan
  - a. Mengadakan sesi mentoring online setiap bulan untuk mendukung mitra yang mengalami kendala dalam mengembangkan bisnis mereka.
  - b. Menyediakan platform konsultasi bagi mitra untuk berdiskusi dengan mentor bisnis digital.



3. Kolaborasi dengan Pihak Eksternal untuk Penguatan Bisnis Mitra
  - a. Menjalin kerja sama dengan e-commerce dan startup logistik agar mitra mendapatkan akses ke fasilitas pengiriman dengan harga terjangkau.
  - b. Menghubungkan mitra dengan pelaku usaha sukses untuk berbagi pengalaman dan membangun jaringan bisnis.
4. Mendorong Mitra untuk Mengembangkan Produk dan Diferensiasi Usaha
  - a. Melatih mitra untuk melakukan riset pasar agar bisa menghadirkan produk yang lebih kompetitif.
  - b. Membantu mereka memahami tren konsumen dan inovasi produk untuk meningkatkan daya saing.

## REFERENCES

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing* (8th ed.). Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Laporan tahunan UMKM Indonesia 2023*. <https://www.kemenkopukm.go.id>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). *Statistik adopsi teknologi digital oleh pelaku UMKM di Indonesia*. <https://www.kominfo.go.id>
- Kusnandar, V. B. (2023). Lebih dari 80% UMKM kini berjualan online lewat marketplace. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id>
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). *e-Conomy SEA 2022: Southeast Asia's digital decade*. <https://economysea.withgoogle.com>
- Pratama, D. F., & Nurhayati, S. (2023). Transformasi digital UMKM melalui pelatihan marketplace dan media sosial. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 6(1), 78–89. <https://doi.org/10.1234/jedi.v6i1.4567>
- Santoso, R., & Wulandari, N. (2021). Efektivitas pelatihan e-commerce berbasis Shopee dan Tokopedia untuk ibu rumah tangga. *Jurnal Pemberdayaan Perempuan Digital*, 3(2), 55–63.
- Setiawan, R., & Fitria, M. (2023). Penerapan strategi digital marketing pada UMKM berbasis marketplace di masa pascapandemi. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Teknologi*, 7(2), 100–109.
- Susanti, L., & Hidayatullah, A. (2022). Pemberdayaan ibu rumah tangga melalui toko online berbasis marketplace. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Teknologi*, 5(1), 44–52.
- Yusuf, A., & Kurniawati, T. (2024). Marketplace sebagai platform peningkatan daya saing UMKM perempuan. *Jurnal Teknologi dan Gender*, 2(1), 33–41.