

Pemanfaatan *Marketplace Facebook* sebagai Media Promosi dan Pemasaran Tanaman Hidroponik

Dhian Herdhiansyah^{1*}, Asriani², La Ode Midi³, Yandi Rismawan¹,

¹Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian,

³Program Ilmu Lingkungan, Fakultas Pertanian Kehutanan dan Lingkungan
Universitas Halu Oleo Kendari

²Program Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Kendari Kendari

*Email: dhian.herdiansyah@uho.ac.id

Abstrak

Tujuan kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan marketplace facebook sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik. Fitur yang ada di dalam facebook berupa marketplace yang menjadi salah satu sarana media penjualan online yang digunakan. Mitra dari kegiatan adalah usaha Nuri Holti Hidro Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 29 - 30 Juni 2022 diikuti 20 peserta. Rencana tahapan kegiatan: (1) tahap persiapan - rapat tim, rapat koordinasi dengan mitra, dan persiapan sarana dan peralatan; dan (2) tahap pelaksanaan: (a) pelatihan dan bimtek pembuatan desain kemasan produk sayuran hidroponik dalam mendukung pemasaran tanaman hidroponik. Pelatihan dilaksanakan dengan metode pendekatan demonstrasi tentang pemanfaatan marketplace facebook sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik. Tahapan marketplace facebook terdiri atas 7 tahapan. Hasil evaluasi pre tes diketahui bahwa pengetahuan dan keterampilan tentang desain kemasan produk sayuran hidroponik dari peserta pelatihan sebesar 45 persen Sedangkan hasil evaluasi post tes setelah kegiatan pelatihan desain kemasan produk sayuran hidroponik terjadi peningkatan sebesar 80 persen dari peserta pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan proses penggunaan fitur marketplace facebook sangat mempengaruhi sebagai media promosi dan pemasaran produk tanaman hidroponik.

Kata kunci: marketplace facebook; media promosi; pemasaran; tanaman hidroponik

1. PENDAHULUAN

Secara khusus, dalam hal produksi dan konsumsi masyarakat, ketahanan pangan dapat mencerminkan kekayaan dan menjadi tolok ukur derajat kesejahteraan suatu bangsa [1]. Keharusan untuk terus meningkatkan bagaimana setiap daerah dapat mengelola sumber daya alamnya dengan kualitas yang dimilikinya [2] [3]

Saat ini telah mengharuskan manusia untuk mengikuti perkembangannya. Salah satunya adalah dunia internet, dalam perkembangannya internet merupakan sebuah platform yang perkembangannya sangat pesat, apalagi bagi manusia untuk mencari sebuah informasi secara cepat. Informasi tersebut berupa informasi mengenai kejadian atau peristiwa, gambar, video bahkan informasi yang dibutuhkan oleh seseorang yang ingin mencarinya

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Indonesia Survey Center (ISC) melakukan jajak pendapat pada tahun 2020, dan hasilnya menunjukkan bahwa 73,7 persen penduduk Indonesia menggunakan internet pada tahun 2020. Menurut data Badan Pusat Statistik, angka ini diterjemahkan menjadi 196,7 juta pengguna internet di Indonesia, padahal dari 266,9 juta penduduk (BPS). Berdasarkan angka tersebut, kini terdapat 25,5 juta pengguna lebih banyak dibandingkan periode yang sama tahun lalu atau meningkat 8,9 persen dari pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020.

Ada sekitar 202,6 juta pengguna internet di seluruh dunia pada awal tahun 2021[4]. Dibandingkan Januari 2020, jumlah tersebut naik 15,5 persen atau 27 juta orang. 195,3 juta orang Indonesia, atau 96,4 persen dari populasi, menggunakan ponsel mereka untuk

mengakses internet, rata-rata lebih dari delapan jam setiap hari. Pandemi telah menyebabkan perubahan perilaku pengguna, khususnya dalam cara konsumen mengakses media online.

Film online (49,3 persen), game (16,5%), dan musik (15,3%) adalah beberapa contoh jenis konten yang sering diakses dalam kategori hiburan. Sebanyak 61 persen responden sering menggunakan YouTube untuk menonton konten olahraga, musik, dan film. Smartphone, perangkat paling populer di kalangan pengguna internet Indonesia, digunakan untuk mengakses internet sebanyak 95,4 persen, diikuti oleh laptop atau tablet sebesar 19,7 persen dan komputer pribadi sebesar 9,5 persen.

Menurut informasi yang dirilis [5], hingga akhir Maret 2021, terdapat 175,3 juta pengguna Facebook di Indonesia. Jumlah ini setara dengan 82 persen pengguna internet nasional atau 63,4 persen dari total populasi 276,36 juta (perkiraan tahun 2021). Dengan pangsa pasar 81%, Facebook menguasai lebih dari 130 juta pengguna di internet. Aplikasi Facebook adalah alat yang berguna bagi pebisnis yang mengejar peluang penjualan online. Aplikasi Facebook terus menjadi pusat perhatian para penggunanya. Dengan banyak fungsinya, Facebook adalah alat yang dapat menyederhanakan banyak hal. Facebook menawarkan beberapa kemudahan. Fitur marketplace Facebook dapat memfasilitasi praktik perdagangan dan pemasaran virtual. Media promosi adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk mempromosikan keunggulan suatu produk [6] [7]. Selain itu, media ini digunakan untuk mempengaruhi calon pembeli atau pengguna jasa. Media promosi sebagai media yang digunakan untuk mengiklankan barang [8].

Salah satu media penjualan online yang digunakan adalah marketplace yang diwakili oleh fitur Facebook. Sebuah situs web atau aplikasi online yang disebut "pasar" mungkin membuat jual beli barang dari berbagai toko menjadi lebih mudah. Beberapa ide di pasar mirip dengan yang ada di pasar tradisional. Pemilik marketplace tidak bertanggung jawab atas produk yang ditawarkan karena perannya adalah memberikan tempat bagi pedagang untuk berkumpul dan memfasilitasi transaksi. Salah satu alasan mengapa marketplace Facebook terkenal dengan kemudahannya adalah sepanjang proses transaksi, penjual akan mengirimkan produknya ke pelanggan [9].

Marketplace mengacu pada semua inisiatif untuk mempromosikan barang atau jasa secara online atau melalui jaringan World Wide Web (WWW). Tempat menunjukkan tempat dalam bahasa Inggris. Oleh karena itu, tempat atau wadah untuk mempromosikan barang atau jasa melalui atau melalui media online inilah yang dimaksud dengan istilah "marketplace" [10]. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi suatu daerah; semakin banyak UMKM yang melakukannya, maka aspek ekonomi dan sosial lainnya di wilayah tersebut akan semakin baik, antara lain peningkatan kesempatan kerja, peningkatan taraf hidup masyarakat, peningkatan daya beli, dan peningkatan kesejahteraan [11].

Pemerintah telah mengambil tindakan untuk mengurangi beban UMKM dengan memangkas tarif Pph (pajak penghasilan) final bagi UMKM menjadi 0,5%, sebagaimana tertuang dalam peraturan pemerintah no. 23 Tahun 2018. UMKM menyumbang hingga 60,34% dari perkiraan PDB, dan penggunaan tenaga kerja melebihi 97%. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat bersaing di pasar yang cukup sengit melalui penjualan melalui internet. Dengan menggunakan strategi pemasaran menggunakan aplikasi *facebook* dengan memanfaatkan fitur marketplace. Kegiatan ini berada di Jln. 'Sorumba RT 007 RW 003 Kelurahan Bonggoea Kecamatan Wua-Wua Kota Kendari' Provinsi Sulawesi Tenggara yang merupakan salah satu jenis UMKM yang bernama P4S Nuri Holti Hidro. UMKM ini merupakan UMKM yang sudah lama memproduksi produk tanaman hidroponik. Proses promosi dan pemasarannya masih menggunakan cara yang sederhana diantaranya yaitu para konsumen yang ingin membelinya mendatangi P4S Nuri Holti Hidro untuk membeli beberapa tanaman hidroponik tersebut.

Konsumsi sayuran di kalangan masyarakat terus meningkat sejalan dengan peningkatan jumlah penduduk. Hidroponik merupakan inovasi di bidang pertanian yang dikembangkan untuk meningkatkan produksi sayuran guna mendukung ketahanan pangan nasional [12]. UMKM P4S Nuri Holti Hidro ini sudah sejak tahun 2015 yang lalu, walaupun sudah lama

berdiri UMKM P4S Nuri Holti masih menggunakan cara promosi dan pemasaran yang masih tradisional.

Produk tanaman hidroponik ini hanya dipasarkan di berbagai toko dan kios pasar. Karena itu, UMKM P4S Nuri Holti Hidro tidak bisa menjual secara luas, meski sudah dilakukan di beberapa lokasi di Kota Kendari. Pihak UMKM diharapkan dapat mengantisipasi bahwa desain usaha pertanian hidroponik akan dapat diterapkan dan dipertimbangkan secara efektif dalam memajukan usaha hidroponiknya [13] [14]. Berbagai macam aplikasi telah dibuat oleh Facebook dan dapat diunduh oleh pengguna. Program-program ini diharapkan dapat meningkatkan fungsionalitas Facebook. Banyak program yang dibuat membantu pekerjaan dan usaha, termasuk yang melibatkan jual beli produk [15]. Target luaran adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik.

2. METODE

UMKM Nuri Holti Hidro yang berada di Kota Kendari Sulawesi Tenggara akan menerapkan pendekatan kegiatan melalui pelatihan tentang penggunaan Marketplace Facebook sebagai promosi media dan pemasaran pabrik hidroponik. Pelatihan untuk memanfaatkan Marketplace Facebook sebagai media untuk pemasaran dan promosi pemasaran hidroponik dilakukan dengan menggunakan gaya pendekatan demonstrasi.

2.1 Prosedur Kerja

Peserta dalam pelatihan termasuk UMKM Nuri Holti Hydro Holti Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Fase pelatihan untuk *marketplace facebook*, yang dibuat sebagai platform untuk mempromosikan dan memasarkan usaha hidroponik, harus dimulai, yang sedang mempersiapkan penggunaan *marketplace facebook* sebagai media untuk mempromosikan dan memasarkan usaha hidroponik dengan memasang alat dan bahan pelatihan dan menguraikan prosedur kerja.

2.2 Sosialisasi pelatihan ‘pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik’

Tugas pertama yang dikerjakan untuk diselesaikan adalah kegiatan sosialisasi. Pertemuan Sosialisasi dengan pihak UMKM untuk membahas banyak perjanjian untuk kegiatan yang direncanakan. Semua pihak (tim pelaksana dan mitra) bertanggung jawab atas perjanjian tersebut, termasuk membuat jadwal dan agenda kegiatan yang akan dilaksanakan. Tim pelaksana, UMKM, dan peserta yang merupakan mitra dalam kegiatan ini beserta kelompok usaha hidroponik dan siswa magang di UMKM tersebut diharapkan semua akan hadir.

2.3 Penyuluhan Tentang ‘pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik’

UMKM akan menggunakan Marketplace Facebook sebagai alat pemasaran untuk promosi dan memasarkan usaha hidroponik sambil mempertimbangkan waktu luang peserta. Tujuan dari informasi dan pemahaman mitra diharapkan menarik perhatian mitra dan menyebarkan kesadaran akan kegiatan PKM. Membahas penilaian evaluasi awal dari materi kegiatan PKM dan pertukaran pengalaman antara tim pelaksana PKM dan mitra nuri holti hidro akan terjadi pemahaman setelah kegiatan PKM tersebut.

Kegiatan penyuluhan dilakukan baik secara individu dan kelompok secara reguler akan diberikan tujuan kegiatan PKM yang dapat menarik minat dan motivasi mitra. Kegiatan yang sama juga akan kontinyu dilaksanakan dalam kelompok pada kesimpulannya untuk menawarkan hasil kegiatan PKM, dan secara bersamaan juga akan dilaksanakan evaluasi kinerja mitra setelah kegiatan PKM akan selesai. Bahan panduan yang dibahas pada

pertemuan sebelumnya menjelaskan cara menggunakan *marketplace facebook* sebagai media untuk mempromosikan dan memasarkan usaha hidroponik dan keuntungan dan proses untuk mengawasi kegiatan pemanfaatan *marketplace facebook* tersebut dalam praktik yang dilaksanakan.

3. 'HASIL DAN PEMBAHASAN'

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di UMKM Nuri Holti Hidro Kota Kendari Sulawesi Tenggara, yang dilakukan dalam empat tahapan. Sosialisasi tahap pertama dan tahap kedua dan ketiga adalah memberikan materi atau teori tentang kekuatan usaha dan bahan yang digunakan untuk pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik, kemudian tahap keempat adalah melatih cara pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik melalui praktek langsung.

Melaksanakan kegiatan teoretis tersebut melalui metode pengajaran dan diskusi interaktif. Presentasi dilakukan melalui demonstrasi dengan menggunakan program Power Point dan perangkat LCD. Kegiatan PKM yang diadakan di Program Studi Teknologi Pangan dan UMKM Nuri Holti Hidro, Kota Kendari – Sulawesi Tenggara pada Kamis dan Jumat, 29-30 Juni 2022 ini diikuti oleh 20 peserta. Kegiatan PKM Pelatihan penggunaan Marketplace Facebook sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Pelatihan pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik

Cara membuat akun *facebook* UMKM P4S Nuri Holti Hidro Kota Kendari

1. Langkah awal yaitu mendownload aplikasi *facebook* di play store
2. Kemudian langkah berikutnya yaitu buat akun



Gambar 2. Halaman pendaftaran

3. Pada halaman ini, klik selanjutnya



Bergabung dengan Facebook

Kami akan membantu Anda membuat akun baru melalui beberapa langkah mudah.

Selanjutnya

Gambar 3. Halaman gabung di *facebook*

- Setelah mengklik perintah sebelumnya, maka langkah selanjutnya yaitu memasukan nama akun

Bergabung dengan Facebook

Siapa nama Anda?

Masukkan nama yang Anda gunakan di kehidupan nyata.

Nama depan Nama belakang
Hidroponik Kendari

Selanjutnya

Gambar 4. Halaman memasukan nama

- Setelah memasukan nama, maka halaman berikutnya yaitu memasukan email atau nomor telepon, pada kali ini menggunakan email untuk pendaftarannya.

Masukkan Email Anda

Masukkan email yang dapat dihubungi. Anda nantinya dapat menyembunyikannya dari profil.

Alamat email
hidroponikkendari@gmail.com

Selanjutnya

Mendaftar Dengan Nomor Telepon

Gambar 5. Halaman memasukkan email

- Setelah memasukkan email maka klik selanjutnya, dan akan muncul halaman memasukkan tanggal lahir.

Tanggal lahir Anda?

Pilih tanggal lahir Anda. Anda selalu dapat mengubahnya menjadi pribadi nanti.

Tanggal Lahir
23 / 06 / 1999

Selanjutnya

Gambar 6. Halaman memasukkan tanggal lahir

- Setelah memasukkan tanggal lahir, maka klik selanjutnya, setelah itu maka akan muncul halaman memasukkan jenis kelamin

Apa jenis kelamin Anda?
Anda bisa mengubah siapa yang bisa melihat jenis kelamin di profil nanti.

Perempuan

Laki-laki

Khusus
Pilih Khusus untuk memilih jenis kelamin lain, atau jika Anda memilih tidak menjawab.

Gambar 7. Halaman pemberian jenis kelamin

8. Berikutnya yaitu membuat kata sandi

Buat Kata Sandi
Buat kata sandi sepanjang minimal 6 karakter. Kata sandi harus berupa sesuatu yang tidak dapat ditebak orang lain.

Kata sandi baru
iaisjshdi.....

Selanjutnya

Gambar 8. Halaman memasukkan kata sandi

9. Halaman berikutnya yaitu klik daftar

Selesaikan Pendaftaran

Orang yang menggunakan layanan kami mungkin telah mengunggah informasi kontak Anda ke Facebook. [Pelajari selengkapnya](#)

Dengan mengetuk Daftar, berarti Anda menyetujui Syarat, Kebijakan Data, dan Kebijakan Cookie kami. Anda akan menerima notifikasi SMS dari kami dan bisa berhenti kapan saja.

Daftar

Gambar 9. Halaman daftar

10. Setelah klik daftar maka akun *facebook* milik UMKM P4S Nuri Holti Hidro telah didaftarkan dan siap untuk digunakan



Gambar 10. Halaman akun pribadi

11. Halaman berikutnya yaitu memasukkan foto profil akun *facebook* yang telah jadi.

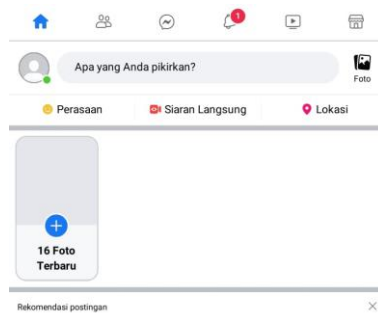
Bantu teman menemukan Anda dengan cara menambahkan foto profil

Unggah Foto

Lewati

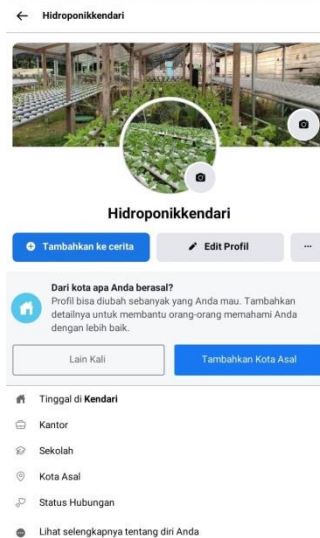
Gambar 11. Halaman memberi foto profil *facebook*

12. Setelah memasukkan atau memberi foto profil, maka muncul halaman beranda



Gambar 12. Halaman beranda *facebook*

13. Setelah muncul halaman beranda maka halaman berikutnya yaitu masuk ke akun *facebook*

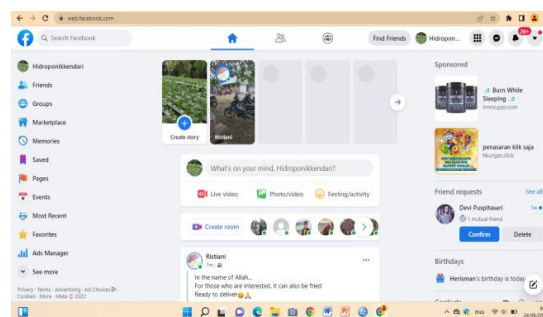


Gambar 13. Halaman akun *facebook* UMKM P4S Nuri Holti

Cara Berjualan di *Facebook Marketplace*

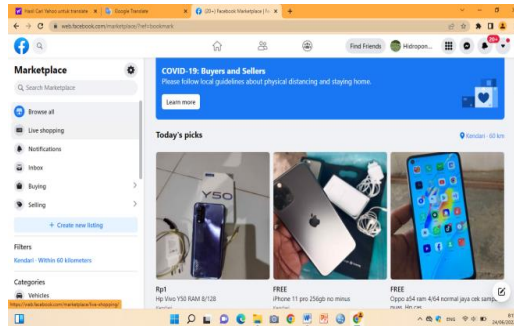
Berjualan di *facebook marketplace* sangatlah mudah, syaratnya hanya memiliki akun *facebook*. Berikut adalah beberapa cara atau tutorial berjualan *Facebook Marketplace*:

1. Login ke akun *facebook*



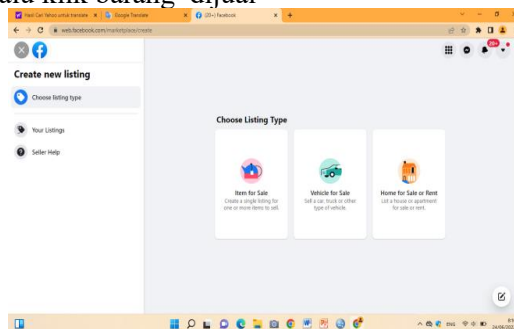
Gambar 14. Halaman Beranda Akun *Facebook* UMKM P4S Nuri Holti

2. Setelah masuk klik *Marketplace*



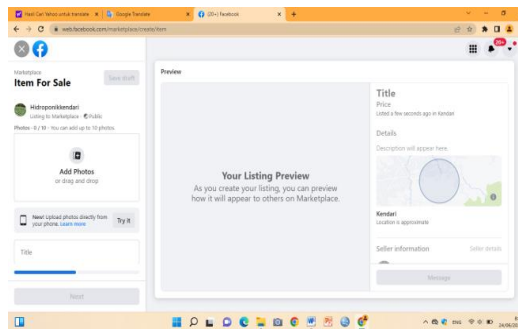
Gambar 15. Halaman *marketplace facebook*

3. Klik “+ jual Barang”, lalu klik barang dijual



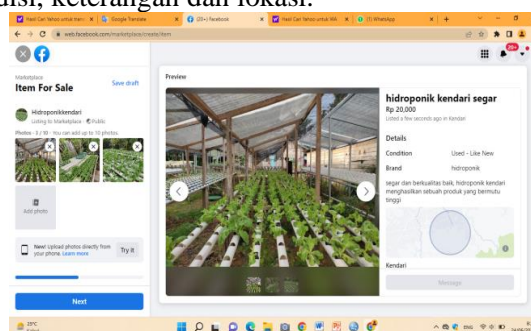
Gambar 16. Halaman Tawaran

4. Setelah memilih “Barang Dijual” maka langkah selanjutnya yaitu akan muncul halaman untuk memasukkan gambar jualan.



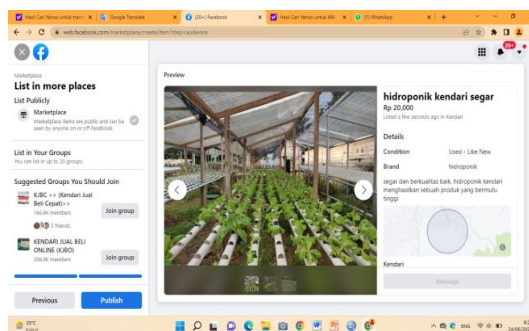
Gambar 17. Halaman untuk menambahkan gambar jualan

5. Klik beberapa foto yang ingin diupload ke dalam *marketplace* dan memasukkan judul, harga, kategori, kondisi, keterangan dan lokasi.



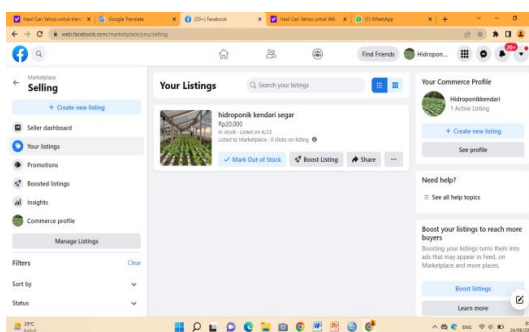
Gambar 18. Halaman pengisian produk yang akan dijual

6. Klik selanjutnya dan klik terbitkan.



Gambar 19. Halaman penerbitan produk tanaman hidroponik yang akan dijual

7. Langkah berikutnya yaitu klik terbitkan. Jika ingin mengiklankan produk yang telah dijual ke dalam *marketplace* melakukan proses pembayaran, dikarenakan akun pribadi milik UMKM P4S Nuri Holti belum melakukan pengiklanan maka tahapan sampai penerbitan.



Gambar 20. Halaman produk tanaman hidroponik yang telah diterbitkan

Penilaian peserta sasaran dengan mempertimbangkan tujuan kegiatan pelatihan. Saat menggunakan Marketplace Facebook sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik. Indikator keberhasilan perencanaan kegiatan PKM dievaluasi dua kali: sekali sebagai pre-test sebelum proses perencanaan kegiatan PKM dimulai dan sekali sebagai post-test setelah kegiatan pelatihan selesai. Pre-test dan post-test digunakan dalam kegiatan PKM ini untuk mengevaluasi hasil kegiatan PKM. Kegiatan PKM diawali dengan pre-test.

Diketahui bahwa 45% peserta pelatihan marketplace facebook sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik memiliki pengetahuan dan keterampilan berdasarkan temuan evaluasi pre test. Sementara itu, dari hasil evaluasi post test diketahui bahwa 80% peserta memiliki pengetahuan dan kemampuan setelah kegiatan marketplace Facebook sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik. Temuan dari tinjauan post test mengungkapkan kemajuan yang signifikan secara keseluruhan, dengan peningkatan pemahaman sebesar 90% tentang bagaimana Marketplace Facebook sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik.

Secara umum, kegiatan pelatihan kepada khalayak sasaran telah meningkat: pengetahuan dan keterampilan tentang pelatihan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik. Proses berlangsungnya kegiatan pelatihan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik yang mana didemokan langsung oleh TIM PKM berjalan lancar dan memuaskan baik bagi peserta pelatihan. Dilihat dari hasil dilapangan pada saat proses pelatihan desain kemasan produk sayuran hidroponik dilakukan dihadapan peserta mendapatkan respon positif dimana para

peserta utamanya UMKM sangat tertarik dan juga mengaku mendapat ilmu baru. ‘Dengan berbagai macam respon positif yang diterima membuat penyelenggara kegiatan merasa sangat senang dan mengharapkan semoga ilmu yang dibagikan bermanfaat dan dapat diterapkan di UMKM serta masyarakat khususnya dalam hal *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik yang telah dilaksanakan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta tentang pemanfaatan *marketplace facebook* sebagai media promosi dan pemasaran tanaman hidroponik sebesar 80 persen.

5. SARAN

Penerapan *marketplace facebook* sangat mempengaruhi nilai penjualan produk tanaman hidroponik pada UMKM Nuri Holti Hidro di Kota Kendari Sulawesi Tenggara, hal ini terwujud dengan adanya langkah-langkah untuk berjualan melalui *marketplace facebook*, dengan mengetahui proses atau langkah-langkah maka pemilik UMKM Nuri Holti Hidro akan dengan mudah melakukan proses penjualan dan mampu meningkatkan nilai penjualan produk tanaman hidroponik

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat - Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi serta LPPM Universitas Halu Oleo Kendari yang telah memberikan dana pengabdian kepada masyarakat. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada UMKM Nuri Holti Hidro Kota Kendari yang telah banyak membantu dalam melaksanakan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asriani, dan Herdhiansyah, D. 2019. Factors Affecting The Economic Policy Of Food In Indonesia. *Mega Aktivita: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8 (1): 11-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.32833/majem.v8i1.76>
- [2] Herdhiansyah, Dhian, Sutiarso, L., Purwadi, D., Taryono. (2012). Analisis Potensi Wilayah untuk Pengembangan Perkebunan Komoditas Unggulan di Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian* 22 (2), 106-114.
- [3] Herdhiansyah, Dhian, Asriani. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Komoditas Kakao di Kabupaten Kolaka – Sulawesi Tenggara *Jurnal Agroindustri Halal* 4 (1), 030-041. DOI: <http://dx.doi.org/10.30997/jah.v4i1.1124>.
- [4] Riyanto, Galuh Putri. (2022). Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta . Diakses pada tanggal, 30 Juli 2022. <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/16100057/jumlah-pengguna-internet-indonesia-2021-tembus-202-juta>.
- [5] *Iinterworldstats*. 2020. Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tahun 2020 Capai 196,7 Juta, Naik Karena WFH. Diakses pada tanggal, 30 Juli 2022.

https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL/full_

- [6] Anggraeni, Elisabet Yunaeti ,dkk. 2022. Buku Ajar E-Business dan E-Commerce. Indramayu: CV Adanu Abimata.
- [7] Asriani, Herdhiansyah, D, Yandi. (2022). Digital Marketing Produk Sagu. Penerbit NEM
- [8] Salmiah, Fajrillah, Sudirman , A., Siregar , M. N., Simarmata , J., Suleman , A. R., et al. (2020). Online Marketing. Medan: Yayasan Kita Menulis .
- [9] Widayanti ER, 2019. Pengaruh Marketplace terhadap Peningkatan Pendapatan pada UKM (Studi pada UKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal optimum*. 9 (1). 1-14.
- [10] Ahsyar, TK., Syahifullah, S., dan Ardiansyah, A. 2020. *E-Marketplace* Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Dinas Koperasi UMKM Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*. 6 (1) : 43-55. DOI: <http://dx.doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>
- [11] Ningsih S dan Handayani T., 2017. Rancangan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah Kerupuk Multisari. *Jurnal Kopetitif*. 3 (2) : 1-8. DOI: <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v3i2.106>
- [12] Asriani, W Embe, F Nafu, Herdhiansyah, D . 2020. Persepsi Masyarakat Terhadap Agribisnis Sayuran Metode Hidroponik Starterkit Wick di Kota Kendari. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6 (1): 11 – 16.
- [13] Asriani, Herdhiansyah, D, Nurcayah. 2022. Rancangan Usaha Agribisnis Tanaman Sayuran Berbasis Hidroponik. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1): 407-416. DOI: <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v8i1.6846>.
- [14] Asriani, Herdhiansyah, D. (2022). Rancangan Usaha Agribisnis Hidroponik. Penerbit NEM.
- [15] Aljawi, AY., dan Muklason, A., 2011. *Jurnal Ilmiah “Teknologi”: Jejaring Sosial dan Dampak bagi Penggunaanya*. Program Studi Sistem Informasi Unipdu: Jombang.