
Pelatihan Penggunaan *Platform Marketplace* Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk Kerajinan Wayang Kalurahan Bangunjiwo

Lina Ayu Safitri^{1*}), Chriswardana Bayu Dewa²⁾, Vadlya Maarif³⁾, Pudji Widodo⁴⁾
Universitas Bina Sarana Informatika

*corresponding authors : lina.las@bsi.ac.id

Abstrak

Marketplace berkonsep seperti pasar yang berlokasi di internet, yang mana pemilik berperan sebagai pihak yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui media seperti website maupun sebuah aplikasi online lainnya. Beberapa marketplace tersebut bertujuan untuk membantu perkembangan dan pertumbuhan para pelaku usaha yang ingin memasarkan produknya kedalam pangsa pasar yang lebih luas secara efektif, praktis, hemat dan efisien dalam upaya mendapatkan pelanggan. Pariwisata unggulan didaerah Bangunjiwo terletak pada sector industri kerajinan. Salah satunya adalah kerajinan wayang yang berada didaerah Gendeng. Melihat begitu banyaknya potensi kerajinan yang berada di daerah Bangunjiwo maka diperlukan pengelolaan usaha yang baik agar produk kerajinan yang dihasilkan dapat dikenal secara luas, dapat dipasarkan dan mendapatkan peluang lebih baik yang harapan nantinya dapat meningkatkan penjualan yang berimbas meningkatnya tingkat perekonomian para pengrajin. Pelatihan penggunaan platform marketplace sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan produk kerajinan wayang di Kalurahan Bangunjiwo dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai cara memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk mereka. Metode yang digunakan meliputi analisis kebutuhan, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pendampingan pasca pelatihan. Hasil dari dilaksanakannya pelatihan ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan mengalami peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan platform marketplace yang diharapkan berdampak positif pada penjualan produk kerajinan.

Kata Kunci : Pelatihan, Marketplace, Produk Kerajinan, Strategi Penjualan

A. PENDAHULUAN

Kelurahan Bangunjiwo merupakan gabungan dari empat kelurahan yang meliputi Kalurahan Kasongan, Kalurahan Bangen, Kalurahan Sribitan dan Kelurahan Paitan. Kalurahan Bangunjiwo merupakan daerah yang terletak di Kecamatan Kasihan Kabupaten Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. Bangunjiwo memiliki potensi pariwisata yang cukup besar. Pariwisata unggulan didaerah Bangunjiwo terletak pada sector industri kerajinan. Industri tersebut dikemas dalam satu paket bernama Kawasan KAJIGELEM. Nama KAJIGELEM adalah kepanjangan dari KA untuk daerah Kasongan; JI untuk daerah Jipangan; GE untuk Gendeng dan LEM untuk Lemahdadi. Keempat daerah tersebut merupakan daerah sentra industri yang menonjol di daerah Bangunjiwo.

Desa Bangunjiwo merupakan sentra kerajinan yang bisa disebut sebagai jalur wisata Kajigelem (Kasongan, Jipangan, Gendeng dan Lemahdadi). Daerah Kasongan memiliki produk gerabah/keramik dari tanah liat. Jipangan merupakan sentra kerajinan berbahan bambu seperti kipas, hiasan bambu dan lain – lain. Gendeng merupakan daerah sentra kerajinan seni tatah sungging kulit dan Lemahdadi yang memiliki produk kerajinan berupa patung baik patung batu (pahat maupun cor / cetak), air mancur dan relief.

Daerah Gendeng merupakan salah satu daerah di Bangunjiwo yang menjadi sentra kerajinan wayang kulit. Daerah ini sejak dulu sudah dikenal sebagai tempat penghasil wayang kulit dengan kualitas terbaik. Terdapat banyak pengrajin wayang yang handal yang tetap mempertahankan teknik pembuatan wayang yang berkualitas. Namun semakin lama para pengrajin mengalami kendala karena saat ini banyak orang yang cenderung tidak mengerti dan tidak bisa membedakan kualitas wayang yang baik karena untuk orang awan sulit membedakan dan menilai kualitas dari kerajinan wayang kulit. Hal ini seiring juga dengan banyaknya bermunculan wayang yang hanya sebagai kerajinan sebatas hiasan, souvenir atau pajangan. Kurang minatnya generasi muda yang meneruskan keahlian pembuatan wayang juga mengakibatkan keahlian ini cenderung dimiliki oleh orang tuanya saja.



Gambar 1
Jalur Wisata Desa Bangunjiwo
Sumber : . <https://bangunjiwo-bantul.desa.id/>

Minat terhadap kerajinan wayang kulit menurun juga antara lain diakibatkan oleh proses pembuatan wayang kulit yang susah, membutuhkan proses yang lama, memerlukan bahan baku yang khusus untuk hasil wayang yang berkualitas serta penjualan yang tidak bisa setiap hari sehingga hasilnya tidak pasti sehingga mengurangi jumlah penjualan produk kerajinan dan berdampak pada menurunnya jumlah omzet pendapatan para pengrajin.



Gambar 2
Produk Wayang Kulit
Sumber : <https://bangunjiwo-bantul.desa.id>

Marketplace merupakan platform atau situs web yang dapat mempertemukan antara penjual dan pembeli untuk melakukan sebuah transaksi. Produk atau layanan dapat ditawarkan di marketplace dimana pembeli bisa mendapatkan referensi, masukan bahkan dapat membandingkan harga dengan melihat ulasan dan fitur produk terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian. Marketplace berkonsep seperti pasar yang berlokasi di internet, yang mana pemilik berperan sebagai pihak yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui media seperti website maupun sebuah aplikasi online lainnya (Artaya & Purworusmiardi, 2019). Menurut (Artaya & Purworusmiardi, 2019) di Indonesia terdapat beberapa marketplace yang sudah banyak dikenal seperti : Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Blibli, JD.ID dan Elevenia. Beberapa marketplace tersebut bertujuan untuk membantu perkembangan dan pertumbuhan para pelaku usaha yang ingin

memasarkan produknya kedalam pangsa pasar yang lebih luas secara efektif, praktis, hemat dan efisien dalam upaya mendapatkan pelanggan (Soekiman et al., 2018).

(Nugroho et al., 2021) dalam kegiatan yang dilakukan untuk para pengrajin kerajinan Clay menyatakan bahwa pelatihan peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui marketplace dapat dilakukan dengan pendampingan manajemen jaringan sehingga dapat meningkatkan daya saing pasar. Adanya kegiatan promosi dapat menstimulus terjadinya kesadaran, ketertarikan dan akan berakhir dengan adanya permintaan / pembelian sebuah produk (Afifah et al., 2019).

Salah satu manfaat adanya perkembangan teknologi saat ini memudahkan siapapun melaksanakan berbagai aktivitas secara online. Salah satunya untuk transaksi penjualan. *Marketplace* berkonsep seperti pasar yang berlokasi di internet, yang mana pemilik berperan sebagai pihak yang mempertemukan penjual dan pembeli melalui media seperti website maupun sebuah aplikasi online lainnya. Di Indonesia terdapat beberapa marketplace yang sudah banyak dikenal salah satunya seperti: Shopee. Kelebihan berbisnis di shopee mencakup pasar yang sangat luas, sistem di shopee yang sangat mendukung, shopee juga memfasilitasi transaksi yang sangat mudah dan praktis sehingga memudahkan bertransaksi. *Marketplace* dapat dioptimalkan penggunaannya sebagai media pemasaran secara digital dengan memanfaatkan fitur – fitur yang sudah tersedia (Mustofa et al., 2021).

Keuntungan berjualan online di *marketplace* antara lain : produk yang dijual akan lebih mudah ditemukan oleh pembeli, jangkauan pasar yang luas, dan banyak situs *marketplace* yang dibuat dengan sangat *user friendly*. Dengan penggunaan marketplace penjual dapat menghemat biaya produksi dan meningkatkan kemudahan bertransaksi secara online (Ma'rifah et al., 2022). (Armilda et al., 2024) dalam pelatihan optimalisasi penggunaan media social sebagai media promosi pada UMKM Batik Ayu Arimbi, Sleman, memberikan dampak positif karena dengan adanya pelatihan tersebut anggota UMKM Batik Ayu Arimbi dapat mengetahui dan mampu menggunakan media social sebagai media promosi yang baik.

Melihat banyaknya potensi kerajinan didaerah Bangunjiwo yang salah satunya adalah produk kerajinan wayang maka perlu dilakukan pengelolaan usaha yang baik agar produk kerajinan yang dihasilkan dapat dikenal secara luas, dapat dipasarkan dan mendapatkan peluang lebih baik yang harapan nantinya dapat meningkatkan penjualan yang berimbas meningkatnya tingkat perekonomian para pengrajin. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Skema Program Kemitraan Masyarakat ini dilakukan dengan memberikan pelatihan berupa Pelatihan Penggunaan Platform Marketplace Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Produk Kerajinan Wayang Kalurahan Bangunjiwo dengan harapan dapat membantu para pengrajin wayang meningkatkan omzet penjualannya.

B. METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Skema Program Kemitraan Masyarakat ini dilakukan dengan permasalahan yang diprioritaskan , solusi yang ditawarkan serta target luaran yang akan dicapai. Solusi yang ingin dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman mengenai proses pembuatan *marketplace* agar dapat dimanfaatkan oleh pengrajin wayang sebagai sarana menawarkan produk kerajinan wayangnya ke pangsa yang lebih luas sehingga meningkatkan tingkat penjualan dan permintaan terhadap produk kerajinan wayang. Target yang ingin dicapai setelah kegiatan pelatihan ini dilakukan yaitu: (1). pemahaman dan penguasaan mengenai proses pemasaran produk dengan menggunakan *marketplace* meningkat, (2). membekali para pengrajin wayang dengan pengetahuan pemasaran dengan media online.

Secara pendekatan sistematis metode tahapan dalam pelatihan penggunaan *platform marketplace* sebagai strategi peningkatan penjualan produk kerajinan sebagai berikut :

1. Analisis Kebutuhan

Tahapan awal dalam menganalisis kebutuhan tim PkM dan Mitra berkoordinasi mencari

permasalahan dan kebutuhan mitra. Metode ini dilakukan dengan survey dan wawancara. Kondisi mitra dalam hal ini pengrajin wayang kulit di kalurahan Bangunjiwo seiring berjalannya waktu dalam segi pemasaran produk kerajinan mengalami penurunan sehingga mengurangi jumlah penjualan produk kerajinan dan berdampak pada menurunnya jumlah omzet pendapatan para pengrajin wayang.

2. Perencanaan Pelatihan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman mengenai proses pembuatan *marketplace* agar dapat dimanfaatkan oleh pengrajin wayang sebagai sarana menawarkan produk kerajinan wayangnya ke pangsa yang lebih luas sehingga meningkatkan tingkat penjualan dan permintaan terhadap produk kerajinan wayang. Target yang ingin dicapai setelah kegiatan pelatihan ini dilakukan yaitu: pemahaman dan penguasaan mengenai proses pemasaran produk dengan menggunakan *marketplace* meningkat dan membekali para pengrajin wayang dengan pengetahuan pemasaran dengan media online.

3. Pengembangan Modul

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan tim PkM merancang dan mengembangkan modul pelatihan yang berisi pengenalan berbagai *platform marketplace*, cara mendaftar dan mengelola akun, teknik penggunaan media *marketplace* yang didalamnya meliputi teknik pengelolaan produk.

4. Pelaksanaan Pelatihan

Metode dalam tahapan pelatihan dilakukan melalui sesi teori terkait penjelasan tentang fungsi dan fitur *marketplace*, sesi praktik dengan langsung mempraktikkan dengan *smart phone* dan diskusi interaktif. Dalam sesi pelatihan peserta pengabdian masyarakat diberikan pengetahuan dan keterampilan bagaimana mendaftar dan mengelola produk di *platform marketplace*. Bagaimana menggunakan *marketplace* Shopee yang banyak digunakan dari banyak *marketplace* yang ada, mulai dari pendaftaran akun hingga strategi pemasaran yang efektif. Pelatihan ini mencakup berbagai topik penting, seperti cara membuat listing produk yang menarik, teknik fotografi untuk memamerkan produk, serta pentingnya deskripsi produk yang informatif. Para peserta juga diajarkan tentang manajemen inventaris dan strategi pelayanan pelanggan yang baik untuk mengoptimalkan pengalaman berbelanja konsumen. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan juga mendorong para pengrajin untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk kerajinan yang dapat bersaing di pasar. Dengan memanfaatkan teknologi digital, para pengrajin diharapkan mampu memperluas jaringan dan mendapatkan pelanggan baru.

5. Evaluasi dan Umpan Balik

Tahapan evaluasi dan umpan balik dilakukan dengan memberikan kuesioner untuk mengetahui pemahaman peserta mengenai kegiatan pelatihan yang dilakukan

6. Pendampingan Pasca Pelatihan

Pendampingan pasca pelatihan diberikan kepada peserta kegiatan dengan memberikan forum konsultasi terkait kendala ataupun permasalahan yang mungkin terjadi. Peserta dapat mengirimkan pesan atau berkonsultasi secara langsung dengan menggunakan WA (*whatsapp*).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi pengrajin kerajinan wayang, seiring berjalannya waktu dari segi pemasaran produk kerajinan wayang menurun. Minat terhadap wayang kulit kian menurun antara lain karena proses pembuatan wayang kulit yang susah, bahan baku yang khusus, banyak orang awam khususnya yang cenderung tidak mengerti dan tidak bisa membedakan kualitas wayang yang baik karena untuk orang awan sulit membedakan dan menilai kualitas dari kerajinan wayang kulit, peminat yang cenderung hanya kalangan tertentu seperti hanya

kolektor, dalang yang mengakibatkan jumlah permintaan/penjualan yang tidak bisa setiap hari dan hasilnya tidak pasti sehingga mengurangi jumlah penjualan produk kerajinan dan berdampak pada menurunnya jumlah omzet pendapatan para pengrajin. Solusi yang dapat ditawarkan untuk permasalahan tersebut sebagai berikut :

Tabel 1
Solusi Kegiatan Yang Ditawarkan

No	Masalah	Solusi Yang Ditawarkan
1	Produk kerajinan wayang kulit selama ini hanya diminati oleh kalangan tertentu (kolektor, dalang, sekolah seni) sehingga produk yang dihasilkan terbatas yang mengakibatkan jumlah permintaan/penjualan sedikit yang tidak bisa setiap hari sehingga hasilnya tidak pasti sehingga mengurangi jumlah penjualan produk kerajinan dan berdampak pada menurunnya jumlah omzet pendapatan para pengrajin	Melakukan diversifikasi produk. Misalkan dengan mengembangkan kerajinan wayang dalam bentuk lain seperti dibuat hiasan atau souvenir yang dari segi bahan baku dan harga bisa terjangkau. Sehingga peminat kerajinan wayang bertambah. Hal ini dimaksudkan agar pengrajin tetap mendapatkan permintaan dan pemasukan. Diversifikasi media penjualan. diberikan pelatihan penggunaan <i>platform marketplace</i> sebagai strategi peningkatan penjualan produk salah satunya dengan shopee
2	Banyak pengrajin wayang yang keahliannya dimiliki oleh orang tua dimana saat diberikan pelatihan penggunaan <i>marketplace</i> / teknologi digital mereka mengalami kesulitan untuk mempraktikkannya.	Melibatkan anak muda (putra/putrinya) dalam pengelolaan dan pengembangan media penjualan produk <i>diplatform marketplace</i> . Menunjuk orang yang khusus bertugas mengelola akun di <i>platform marketplace</i> sehingga pengrajin yang bagiannya khusus membuat kerajinan wayang bisa focus ke kualitas produk.

Tahapan pertama yang dilakukan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Skema Program Kemitraan Masyarakat ini adalah melakukan analisis kebutuhan. Tim PkM melakukan FGD (*Focus Group Discussion*) terkait pembahasan konfirmasi kepihak mitra mengenai pelaksanaan kegiatan dan gambaran pelaksanaan pelatihan.



Gambar 3 Focus Group Discussion

Tahap berikutnya adalah melakukan pengenalan dan penyampaian program pelatihan. Dalam tahapan ini dijelaskan mengenai pelaksanaan dan gambaran kegiatan pelatihan yang akan dilakukan.



Gambar 4 Konfirmasi Pelaksanaan Kegiatan

Tahap ketiga adalah pelaksanaan pelatihan penggunaan *platform marketplace* sebagai strategi peningkatan penjualan produk kerajinan wayang di Kalurahan Bangunjiwo. Dalam tahap ini peserta pelatihan diberikan pengetahuan dan keterampilan tentang bagaimana cara yang efektif untuk mendaftar dan mengelola produk mereka di berbagai *platform marketplace*, serta strategi pemasaran yang menarik perhatian konsumen. Dalam sesi pelatihan, para peserta diberikan pengetahuan tentang cara menggunakan *marketplace* Shopee yang paling banyak digunakan dari banyak *marketplace* yang ada, mulai dari pendaftaran akun hingga strategi pemasaran yang efektif. Pelatihan ini mencakup berbagai topik penting, seperti cara membuat listing produk yang menarik, teknik fotografi untuk memamerkan produk, serta pentingnya deskripsi produk yang informatif. Para peserta juga diajarkan tentang manajemen inventaris dan strategi pelayanan pelanggan yang baik untuk mengoptimalkan pengalaman berbelanja konsumen.



Gambar 5 Penyampaian Materi Mengenai Penggunaan Platform Marketplace



Gambar 6 Penjelasan Cara Menggunakan Marketplace Shopee

Dalam kegiatan pelatihan ini selain dilakukan melalui sesi teori terkait penjelasan tentang fungsi dan fitur *marketplace* dilakukan juga sesi praktik dengan langsung mempraktikkan dengan *smart phone* dan diskusi interaktif. Para peserta praktik bagaimana menggunakan *marketplace* Shopee. Peserta pelatihan diberikan pengetahuan dan keterampilan bagaimana mendaftar dan mengelola produk *diplatform marketplace*.



Gambar 7 Praktik Penggunaan Marketplace



Gambar 8 Praktik dan Pendampingan Penggunaan Marketplace

Tahapan evaluasi dan umpan balik dilakukan dengan memberikan kesempatan pada peserta untuk berdiskusi maupun bertanya dan konsultasi terkait materi pelatihan. Kuesioner untuk mengetahui pemahaman peserta mengenai kegiatan pelatihan yang dilakukan diberikan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui tingkat kepuasan dan sejauh mana solusi yang diberikan dapat meningkatkan pemahaman dan penguasaan peserta terhadap penggunaan *marketplace*.



Gambar 9 Sesi Tanya Jawab



Gambar 10 Sesi Evaluasi dan Umpan Balik

Setelah dilakukan pelatihan hasil penerapan penggunaan *marketplace* oleh peserta, beberapa peserta sudah mempraktikkan dan memiliki toko online sebagai berikut :

Tabel 2
Contoh marketplace yang dimiliki peserta pelatihan

No	Nama Toko/Marketplace	Nama Pemilik	Alamat
1	Murberry Leather (Shopee)	Bu Murdiyanti	Gedongan Bangunjiwo Kasihan Bantul
2	Wayang Suprih (Shopee / Facebook)	Bpk. Suprih	Gendeng Bangunjiwo Kasihan Bantul
3	Wagimin Walkstore (Shopee),	Bpk: Rifki	Gendeng Bangunjiwo Kasihan Bantul
4	Toko Lariis (Shopee)	Bu Ika Lestari	Gendeng Bangunjiwo Kasihan Bantul
5	Belanja Sayur (Instagram)	Bu Dwi Asih	Gendeng Bangunjiwo Kasihan Bantul
6	Sagio Wayang (Instagram)	Bpk Sagio	Gendeng Bangunjiwo Kasihan Baantul
7	Abimanyu Wayang (Instagram)	Mas Abimanyu	Gendeng Bangunjiwo Kasihan Bantul

Melalui pelatihan penggunaan *platform marketplace* sebagai strategi peningkatan penjualan produk kerajinan wayang di Kalurahan Bangunjiwo ini memberikan pengetahuan, pemahaman dan penguasaan mengenai proses pemasaran produk dengan menggunakan *marketplace* dan membekali para pengrajin wayang dengan pengetahuan pemasaran dengan media online. (Ma'rifah et al., 2022) dalam penelitiannya berjudul pengaruh *marketplace* dalam meningkatkan daya saing ekonomi kreatif pada UMKM D'Elisir menunjukkan bahwa *marketplace* memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan penggunaan *marketplace* barang akan lebih cepat dicari dan dipasarkan lebih luas.

(Harto et al., 2019) dalam artikelnya yang berjudul penerapan internet marketing dalam

meningkatkan pendapatan pada UMKM menyebutkan bahwa pentingnya memahami penggunaan teknologi dalam usaha sehingga dapat memperbaiki pemasaran yang akan berdampak pada peningkatan penjualan.

Pelatihan ini sangat relevan mengingat pentingnya digitalisasi dalam pemasaran produk kerajinan. *Marketplace* menyediakan *platform* yang memungkinkan pengrajin menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. (Lenti Susana Saragih et al., 2024), menyebutkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital secara efektif dapat meningkatkan omzet penjualan UMKM. Pemasaran digital dapat menjadi strategi yang penting untuk meningkatkan daya saing dipasar global dan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

D. SIMPULAN

Pelatihan ini meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengrajin wayang di Kalurahan Bangunjiwo dalam menggunakan *platform marketplace*. Diharapkan, inisiatif ini dapat berlanjut dengan pelatihan lanjutan dan dukungan komunitas untuk meningkatkan daya saing produk kerajinan lokal. Melalui pelatihan ini, diharapkan para pengrajin wayang di Kalurahan Bangunjiwo dapat memanfaatkan marketplace Shopee untuk memasarkan produk mereka ke audiens yang lebih luas. Sehingga produk kerajinan wayang khususnya dari Bangunjiwo dapat diperkenalkan lebih luas. Kegiatan ini diharapkan tidak hanya dapat meningkatkan penjualan, tetapi juga mendorong para pengrajin untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk kerajinan yang dapat bersaing di pasar. Dengan memanfaatkan teknologi digital, para pengrajin diharapkan mampu memperluas jaringan dan mendapatkan pelanggan baru.

E. SARAN

Pelatihan penggunaan *platform marketplace* di Kalurahan Bangunjiwo meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan, serta memberikan dampak positif pada penjualan produk kerajinan. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan, dukungan teknis dan pelatihan lanjutan perlu terus diadakan. Pelatihan lanjutan perlu diadakan untuk mendalami aspek pemasaran digital lainnya. Dan perlunya peningkatan kolaborasi antar pengrajin untuk saling mendukung dan berbagi pengalaman.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, kami menyampaikan ucapan terimakasih banyak kepada : Universitas Bina Sarana Informatika dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Bina Sarana Informatika yang telah mendukung dan mendanai pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat Skema Program Kemitraan Masyarakat ini dan kepada mitra para pengrajin kerajinan di kalurahan Bangunjiwo khususnya pengrajin kerajinan wayang dan pemerintahan kalurahan Bangunjiwo yang sudah membantu terlaksananya kegiatan ini dengan lancar. Ucapan terimakasih kami sampaikan juga kepada bapak Carik Bangunjiwo yang sudah menerima tim pengabdian dengan sangat baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, L., Najamuddin, M., & Humaeira, B. (2019). Efektivitas Media Promosi Pada Produk Sandwich Goreng Merek Royal Sandwich. *Agribusiness Journal*, 13(1), 1–17. <https://doi.org/10.15408/aj.v13i1.11868>
- Armilda, A. S., Fakhri, S., Zahro, F. K., Puspita, A. C., Hanafi, A., & Safitri, N. D. A. (2024). Optimalisasi Penggunaan Media Sosial sebagai Media Promosi pada UMKM Batik Ayu Arimbi, Sleman, Yogyakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 8(1), 185. <https://doi.org/10.30595/jppm.v8i1.21203>

- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas Marketplace Dalam Meningkatkan Konsentrasi. *Ekonomi Dan Bisnis*, Universitas Narotama Surabaya, April, 1–10. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.10157.95206>
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033>
- Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, & Yoga Syahputra. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 63–72. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>
- Ma'rifah, I., W, B. R. I., Rizqi, E. I., & Kustiningsih, N. (2022). Pengaruh Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Kreatif Pada Umkm D'Elixir. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2), 349–356. <https://doi.org/10.46306/rev.v2i2.78>
- Mustofa, D., Nurfaizal, Y., Innolda, D., & Al Azhar, N. (2021). Pelatihan Penggunaan Market Place sebagai Media Pemasaran Online di Paguyuban Tanaman Hias Desa Ciberem untuk Memperluas Pemasaran di Era Pandemi. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 45–49. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v1i1.230>
- Nugroho, H. S., Fidali, N., Rizky, M., Tio, S., Viviani, A., Studi, P., Pemerintahan, I., Arsitektur, P. S., Studi, P., Pemerintahan, I., Studi, P., & Pemerintahan, I. (2021). Melalui Marketplace Produk Kerajinan Clay Bengkel Kreasi. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, Volume 7 N, 94–101.
- Soekiman, J. S., Baktiono, A., & Artaya, I. P. (2018). Optimization of governance model of post-food harest and distribution in msme centers in 5 subdistricts in sidoarjo regency. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 20(3), 295–308. <https://doi.org/10.14414/jebav.v20i3.1089>
- <https://bangunjiwo-bantul.desa.id/>