

Perancangan Aplikasi Marketplace Toko Tani Indonesia Center Berbasis Web

Rafel Ardinata Hermawan, Azmuri Wahyu Azinar*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Abstrak: Dalam konteks digitalisasi perdagangan yang meningkat, perusahaan memerlukan sistem informasi yang kuat untuk meningkatkan pemasaran. Toko Tani Indonesia Center, yang populer karena beragam penawaran produk dan layanan prima, berupaya meningkatkan kualitas layanan melalui aplikasi marketplace berbasis web. Studi ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas produk, memfasilitasi akses pengguna, dan meningkatkan efisiensi transaksi. Penelitian sebelumnya menyoroti kekurangan fitur di marketplace yang ada, mendorong integrasi fungsi tambahan seperti riwayat transaksi, pelaporan penjualan dengan grafik, pilihan metode pembayaran, dan fitur obrolan WhatsApp dalam aplikasi baru. Metode Pengembangan Aplikasi Cepat (RAD) digunakan, melibatkan tahapan identifikasi pengguna, perencanaan kebutuhan, desain pengguna, pengembangan aplikasi, dan cutover. Hasilnya adalah aplikasi yang berpusat pada pengguna yang selaras dengan tujuan pusat, secara signifikan meningkatkan interaksi pengguna dan hasil penjualan, sehingga menunjukkan efektivitas menggabungkan umpan balik pengguna secara komprehensif dalam pengembangan aplikasi.

Kata Kunci: Perancangan Sistem, E-commers, Situs Web

DOI:

<https://doi.org/10.47134/ijat.v1i3.3104>

*Correspondence: Azmuri Wahyu Azinar

Email: azmuri@umsida.ac.id

Received: 02-07-2024

Accepted: 05-07-2024

Published: 15-07-2024



Copyright: © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: In the context of increasing trade digitalization, companies require robust information systems to enhance marketability. The Toko Tani Indonesia Center, popular for its diverse product offerings and excellent service, sought to further improve service quality through a web-based marketplace application. This study aimed to enhance product visibility, facilitate user access, and increase transaction efficiency. Previous research highlighted a feature deficit in existing marketplaces, prompting the integration of additional functionalities such as transaction history, sales reporting with graphs, multiple payment options, and a WhatsApp chat feature in the new application. The Rapid Application Development (RAD) method was employed, involving stages of user identification, requirement planning, user design, application development, and cutover. The result was a user-centered application that aligns with the center's objectives, significantly improving user interaction and sales outcomes, thus demonstrating the effectiveness of incorporating comprehensive user feedback in application development.

Keywords : Designing Systems, E-commers, Website

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi yang sangat cepat di tandai dengan adanya internet. Dengan berkembangnya teknologi berupa internet, berpengaruh juga dalam proses bisnis (Cahya et al., 2021). Era digital sangat dipengaruhi oleh perkembangan telekomunikasi di Indonesia, setiap lapisan masyarakat sekarang sudah beralih menggunakan perangkat digital yang bisa tersambung dengan jaringan internet untuk berbagai keperluan dalam

kehidupannya (Dewantara et al., 2022). Pemanfaatan internet oleh masyarakat menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar dengan peringkat no 8 di dunia (Akmala, 2019). Penggunaan Teknologi Informasi dalam ekonomi dan bisnis sedang berkembang pesat. Pada tahun 2018, pertumbuhan pembayaran dan perdagangan online di Indonesia mencapai 78% per tahun, melebihi negara lain seperti Meksiko dengan 59%, Filipina 51%, Kolombia 45%, dan Uni Emirat Arab (UEA) 33% (WartaEkonomi.co.id, 2018) (Haryani, 2021). Pengaruh kemajuan teknologi juga mempengaruhi kemudahan akses dalam mendapatkan informasi salah satunya dengan adanya website. Website sendiri adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi berupa gambar, teks, video, maupun suara, atau juga bisa menampilkan dari gabungan semuanya baik itu bersifat statis maupun dinamis yang saling terhubung (Isa & Hartawan, 2017).

Salah satu teknologi informasi yang sangat diperlukan oleh beberapa perusahaan adalah sistem informasi tentang penjualan barang. Sistem informasi ini sangat penting karena informasi tentang penjualan barang dapat mendukung kegiatan operasional perusahaan dan juga dapat menghemat waktu yang diperlukan untuk proses penerimaan dan pengeluaran barang (Hutauruk, 2017). Perdagangan elektronik atau bisa disebut dengan e-commerce adalah konsep proses penjualan dan pembelian barang dengan memanfaatkan akses internet sehingga dapat menjalankan media aplikasi atau website. Penjualan dengan sistem e-commerce dapat menyebarkan informasi produk lebih luas, tanpa mengeluarkan biaya yang besar (Widiana et al., 2022).

Revolusi digital merubah pendekatan perusahaan terhadap konsumen. Internet memungkinkan konsumen untuk mengevaluasi harga, membandingkan kualitas barang dengan melihat pendapat konsumen lain dalam kolom komentar, dan bahkan membuat penilaian secara obyektif (Waziana et al., 2022). Digitalisasi saat ini merambah ke segala aspek kehidupan, mendorong perubahan, dan memberikan kemudahan. Hal ini menyebabkan banyaknya situs e-commerce yang muncul dan terus berkembang. Situs-situs tersebut berlomba-lomba untuk menarik minat konsumen guna meningkatkan penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:354), faktor-faktor yang memengaruhi minat beli adalah kualitas produk, harga, promosi, dan kesadaran merek (Luthfiana, 2019).

Pertanian dan perkebunan merupakan kegiatan utama di daerah pedesaan Indonesia, dimana banyak masyarakat mengandalkan pendapatan dari hasil penjualan komoditas tersebut (Firdaus & Bachtiar, 2020). Di era digitalisasi ini banyak sektor pekerjaan yang di mudahkan, terutama di dalam pemasaran produk berbasis web. Potensi dari era ini bisa dikembangkan dari sektor pertanian, karena mengingat Indonesia adalah negara agraris. Semakin mudahnya akses internet dan kebiasaan masyarakat Indonesia yang gemar berbelanja di marketplace (Fryonanda, 2023). TTIC (Toko Tani Indonesia Center) adalah

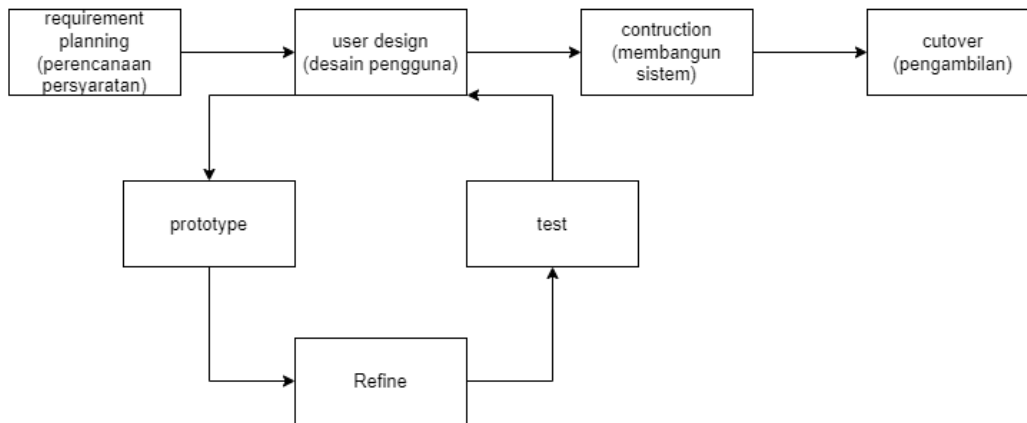
lembaga yang melakukan fasilitasi pengadaan pasokan pangan dalam pendistribusian dari gapoktan (gabungan kelompok tani) /LUPM (Lembaga Usaha Pangan Masyarakat) / pemasok ke TTI (Toko Tani Indonesia) dan konsumen serta sumber informasi ketersediaan dan harga pangan. TTIC, sebagai penyedia pembaruan status stok, perlu memiliki sistem data yang terpadu untuk mendukung semua pihak yang terlibat dalam memastikan tersedianya informasi yang tepat dalam memperkuat stabilitas pasokan pangan dengan kualitas unggul, harga yang bersahabat, dan stabil (Setiajie Anugrah et al., 2022). Konsep dasar pengembangan TTI dituangkan dalam Keputusan Menteri Pertanian Republik Indonesia (Kepmentan) Nomor 06/KPTS/KN. 010/K/02/2016 tentang Pedoman Umum Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat Tahun 2016 dan Kepmentan Nomor 06/KPTS/RC.110/J/01/2017 tentang Pedoman Teknis Pengembangan Usaha Pangan Masyarakat melalui TTI Tahun 2017. Berdasarkan peraturan tersebut dijabarkan pedoman pelaksanaan melalui Petunjuk Teknis PUPM Tahun 2017 serta 2018 (Purnawan et al., 2020)

Berdasarkan Permasalahan yang dapat saya harapkan untuk membantu penjualan dan memperluas perdagangan pada Toko Tani Indonesia Center dengan merancang aplikasi marketplace Toko Tani Indonesia Center sehingga tidak lagi hanya mengandalkan penjualan secara konvensional. Disamping itu pelanggan juga tidak perlu datang lagi ke toko fisik untuk melakukan transaksi (Akbar et al., 2022).

Metode Penelitian

Metode penelitian ini bertujuan untuk memecahkan suatu masalah guna menemukan solusi yang tepat. Pada penelitian ini penulis merancang studi kasus dan membuat aplikasi dengan menggunakan metode Rapid Application Development dengan pendekatan berbasis kebutuhan (Fiqri et al., 2022). Dalam pengembangan aplikasi menggunakan metode Rapid Application Development (RAD), RAD merupakan pendekatan untuk mengembangkan sistem informasi berbasis web dengan penggunaan Action Research sebagai metode penelitian yang terintegrasi (Atmaja et al., 2023). Rapid Application Development (RAD) adalah model proses perangkat lunak inkremental, terutama untuk pemrosesan jangka pendek. RAD merupakan adaptasi dari model air terjun versi cepat, di mana setiap komponen perangkat lunak dikembangkan menggunakan model air terjun. RAD memungkinkan pembangunan yang lebih cepat dibandingkan dengan metode metode seperti Waterfall, RAD, dan Prototype. Metode ini sejalan dengan waktu yang diperlukan penulis pada penelitian ini untuk membangun sistem yang telah ditentukan. RAD memiliki fleksibilitas tinggi terhadap perubahan dan dapat mengurangi biaya pengembangan sistem ketika anggaran terbatas. Perangkat lunak yang dikembangkan dapat segera dilihat karena prosesnya dibagi menjadi beberapa modul dan dapat diterapkan pada

sistem skala kecil (Herdiansah, 2023). Tujuan RAD adalah untuk mempercepat transisi antara fase perancangan dan penggelaran sistem TI (Susilo et al., 2023). Berikut adalah flowchart pada tahapan penelitian yang akan dilakukan (Nst et al., 2021) :



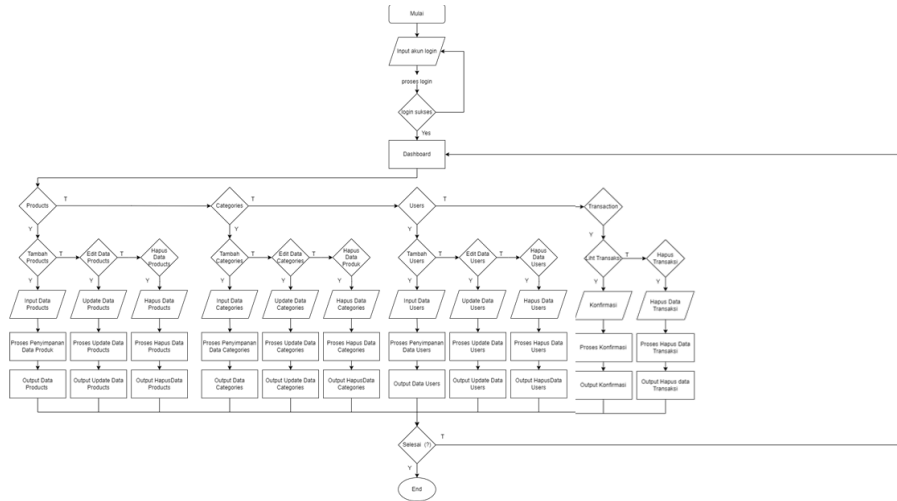
Gambar 2.1 Diagram Alur Penelitian

Dalam menggunakan metode RAD peneliti mengidentifikasi tujuan dari aplikasi atau sistem informasi yang akan dibuat dan harus bersumber pada identifikasi dari pengguna itu sendiri. Berkomunikasi secara berkala kepada pengguna untuk mengetahui requirement planning bertujuan untuk tercapainya tujuan dari pembuatan aplikasi ini. Setelah ditetapkannya requirement planning. Tahapan selanjutnya yaitu adalah rancangan pengguna, dalam tahapan ini partisipasi pengguna sangat menentukan dalam menentukan aplikasi dalam tercapainya tujuan pembuatan aplikasi yang telah ditentukan. Tahapan selanjutnya adalah tahap pembangunan aplikasi dengan proses pengkodean untuk menjadi aplikasi yang diinginkan. Ditahap terakhir adalah cutover yaitu tahapan akhir dimana penyerahan aplikasi yang telah berhasil dikerjakan kepada pengguna.

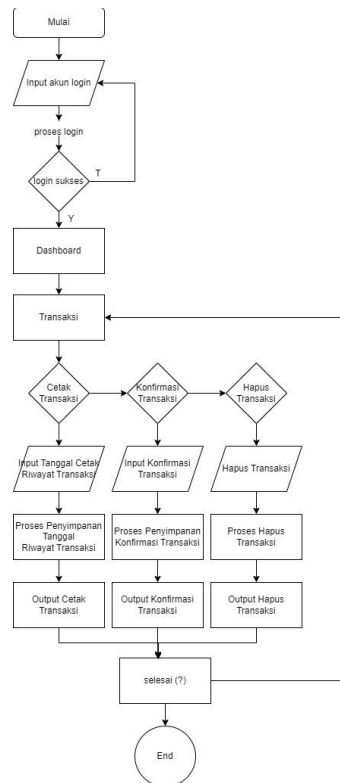
Hasil dan Pembahasan

A. Perancangan Aplikasi

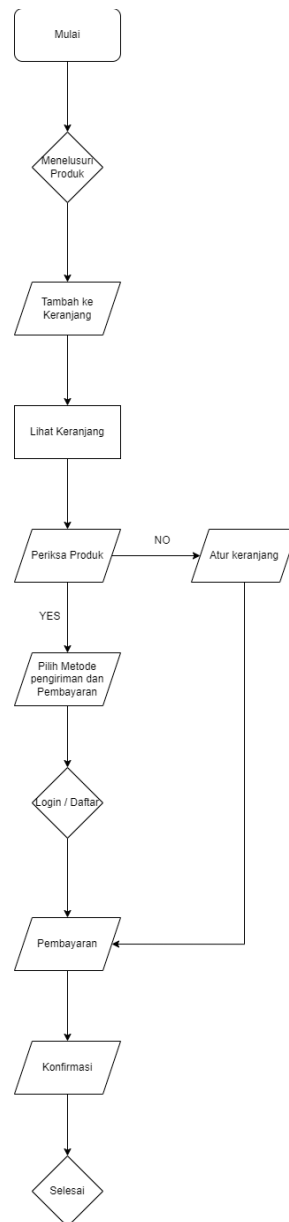
1. Flowchart



Gambar 3.1 Flowchart Admin



Gambar 3.2 Flowchart Admin



Gambar 3.3 Flowchart User

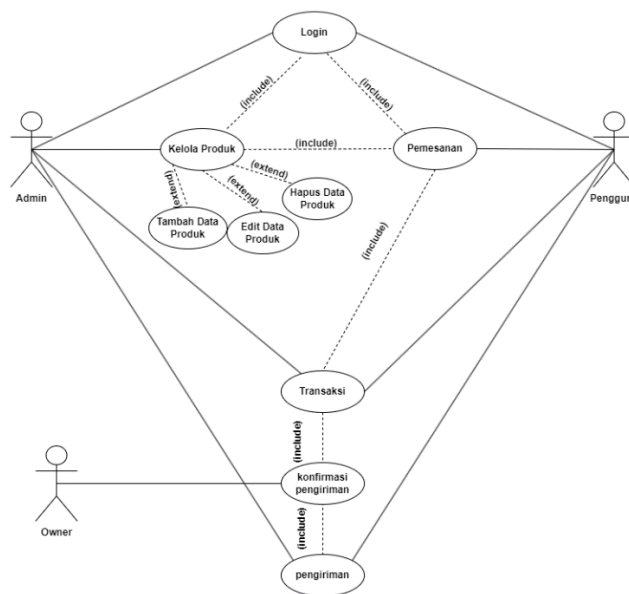
Pada sistem aplikasi berbasis web ini terdapat 3 user, yaitu user admin, owner dan pengguna layanan, masing – masing user menampilkan tampilan dan memiliki fitur yang berbeda, ketika gagal masuk didalam halaman masuk maka akan kembali pada halaman masuk(Zhafran et al., 2024).

1. Ketika berhasil masuk pada user admin , maka akan muncul tampilan menu dalam halaman admin, yang memiliki fitur pengelolaan data produk, data kategori, data transaksi, data.user, dan data rekening. Tahapan ini tergambar pada gambar 3.1 flowchart admin(Vilano & Budi, 2020).
2. Ketika berhasil masuk pada halaman user owner, maka akan muncul tampilan menu yang memiliki fitur konfirmasi transaksi dan memiliki fitur cetak laporan pembelian berupa pdf. Tahapan ini tergambar pada gambar 3.2 flowchart owner.

3. Diagram di gambar 3.3 menggambarkan langkah langkah dari awal hingga selesai dalam proses checkout dan pembayaran online. Mulai dari menelusuri produk, menambahkannya ke keranjang belanja, memeriksa kembali produk, memilih metode pengiriman dan pembayaran, login atau mendaftar jika perlu, melakukan pembayaran, mendapatkan konfirmasi, dan akhirnya selesai. Jika ada kesalahan pada produk atau kuantitasnya, pengguna akan mengatur kembali keranjang belanja sebelum melanjutkan proses pembayaran(Nirad et al., 2023).

2. Use Case Diagram

Use case diagram adalah representasi pemodelan perilaku sistem yang akan dikembangkan. Setiap kasus pengguna membantu dalam menjelaskan hubungan umum antara pengguna suatu sistem dengan sistem itu sendiri melalui sebuah cerita tentang penggunaan sistem tersebut(Yaputra, 2023).



Gambar 3.4 Use Case Diagram

Penjelasan :

1. Admin : orang yang menambahkan, mengedit, menghapus produk, kategori, rekening, mengolah user akun, mengkonfirmasi transaksi(Mahardhika et al., 2023).
2. Owner : orang yang dapat mengkonfirmasi pengiriman barang, melihat, menghapus transaksi dan, mencetak laporan transaksi berupa pdf.
3. Pengguna : orang yang membeli barang yang ditawarkan di dalam aplikasi *marketplace*, selain itu user pengguna dapat mengedit jumlah barang, mengedit data diri pengguna.

4. Login : adalah halaman pertama yang muncul pada aplikasi, yang berguna untuk menentukan jenis akses akun yang terdaftar pada aplikasi, memiliki dua konteiner isian yaitu email dan password (Cesariana et al., 2022).
5. Produk : ketika login dengan akun admin, admin dapat melakukan tambah, edit, dan hapus data produk.
6. Pemesanan : ketika login menggunakan akun pengguna, maka pengguna dapat melakukan pemesanan produk.
7. Transaksi : ketika pengguna menyelesaikan pemesanan, kemudian pengguna diarahkan ke halaman pembayaran dari payment gateway.
8. Konfirmasi : sebelum produk di kirim, owner mengkonfirmasi ulang, kemudian pada akun owner dapat melakukan cetak transaksi dengan outcome berupa laporan transaksi dengan format pdf (Mita et al., 2021).
9. Pengiriman : ketika transaksi dikonfirmasi oleh admin dan owner, pesanan dikirimkan ke pengguna (Siska & Prapto, 2021).

B. Design Interface

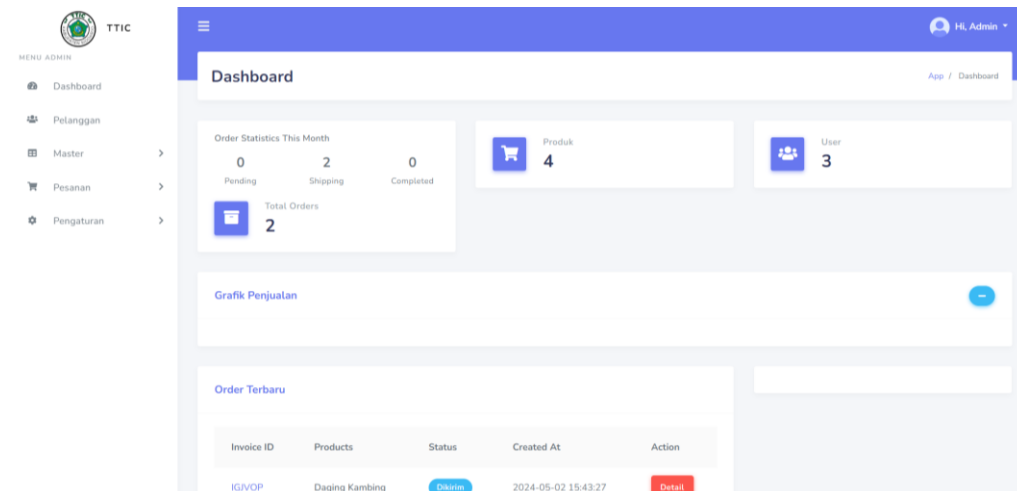
3.1 Aplikasi Untuk Administrator

1. Halaman Utama Aplikasi



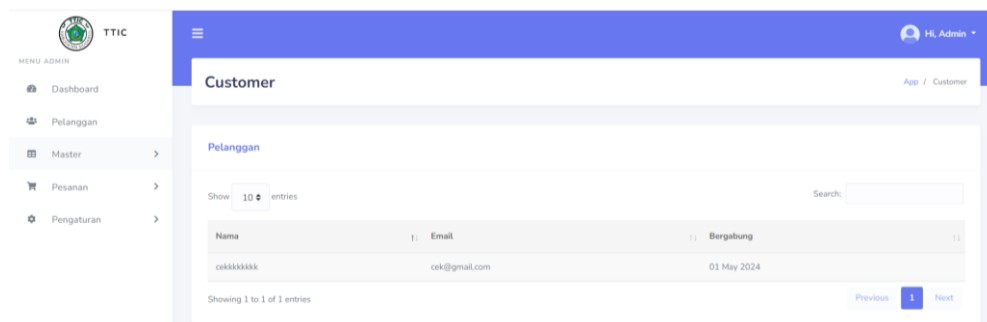
Gambar 3.5 Halaman Utama Aplikasi

2. Halaman Dashboard



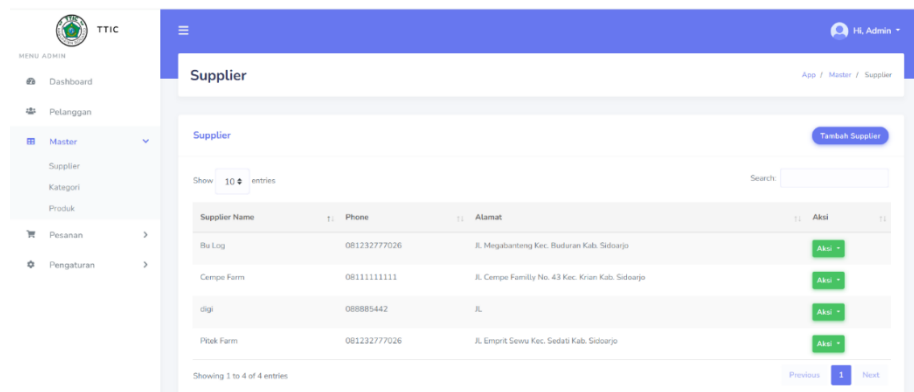
Gambar 3. 6 Halaman Dashboard

3. Halaman Pelanggan



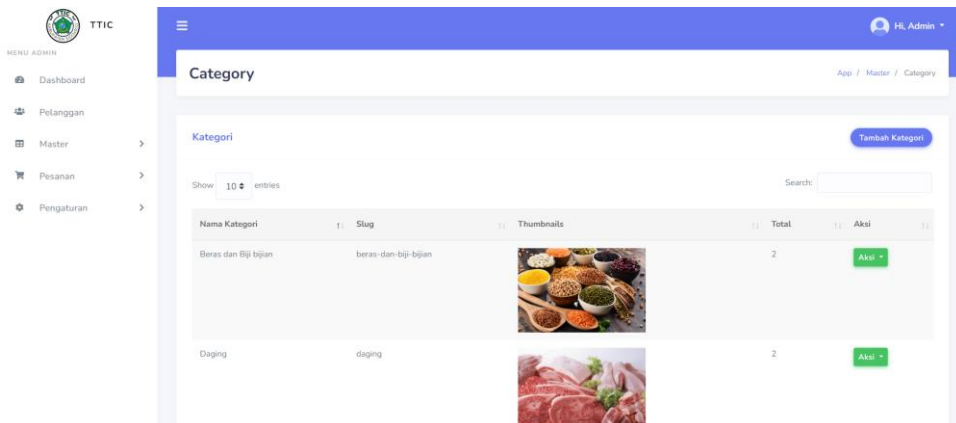
Gambar 3. 7 Halaman Pelanggan

4. Halaman Suplier



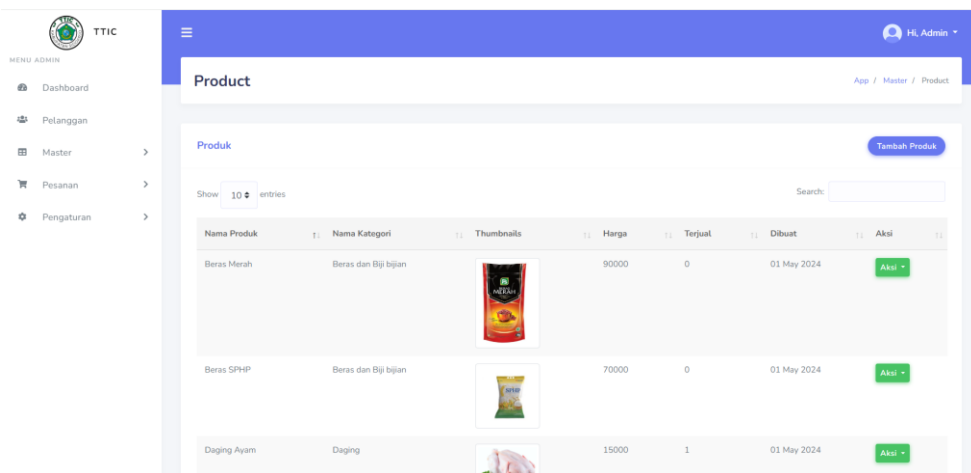
Gambar 3.8 Halaman Suplier

5. Halaman Kategori Produk



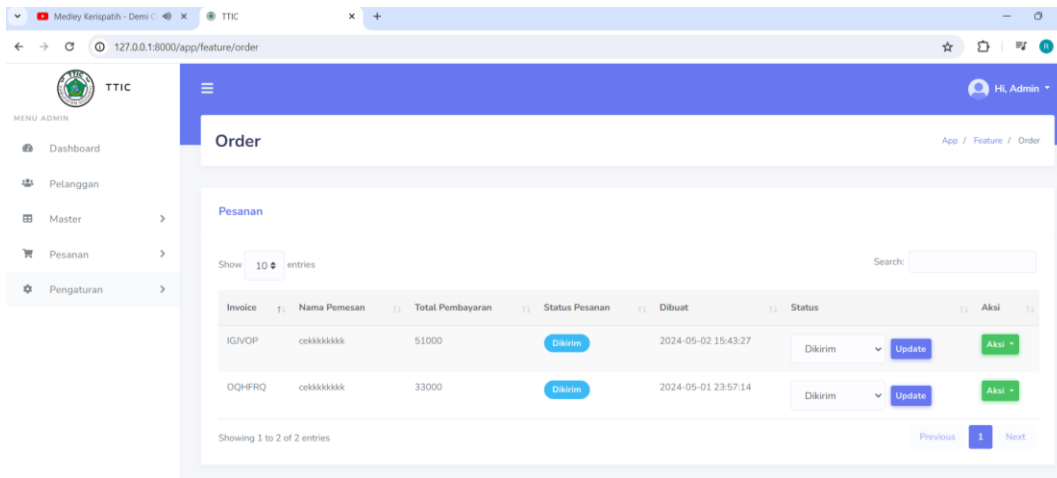
Gambar 3.9 Halaman Kategori Produk

6. Halaman Produk



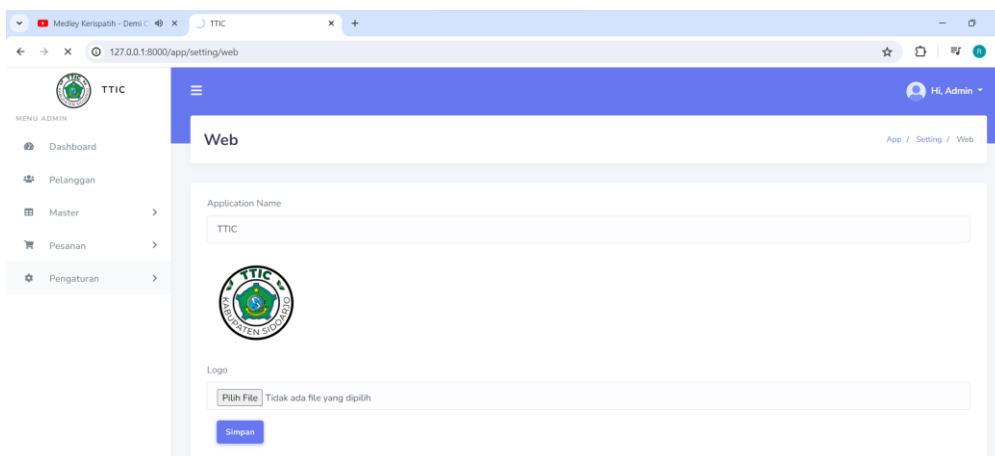
Gambar 3.10 Halaman Produk

7. Halaman Pesanan



Gambar 3.11 Halaman Pesanan

8. Halaman Pengaturan



Gambar 3.12 Halaman Pengaturan

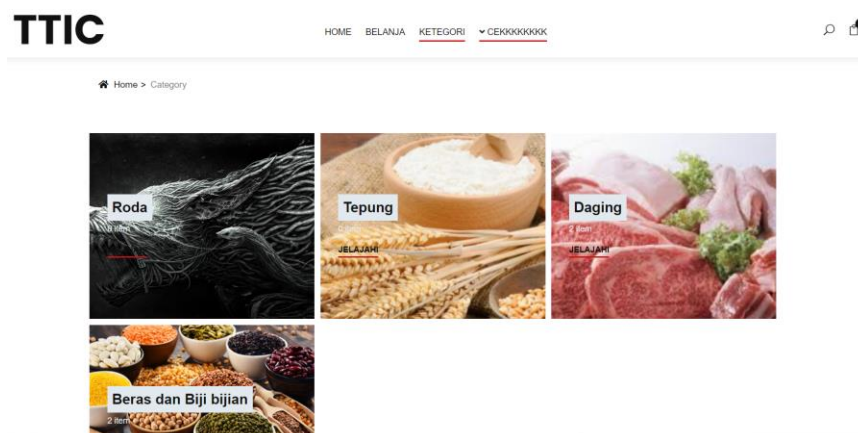
3.2 Aplikasi Untuk User (Pelanggan)

1. Halaman Home Pelanggan



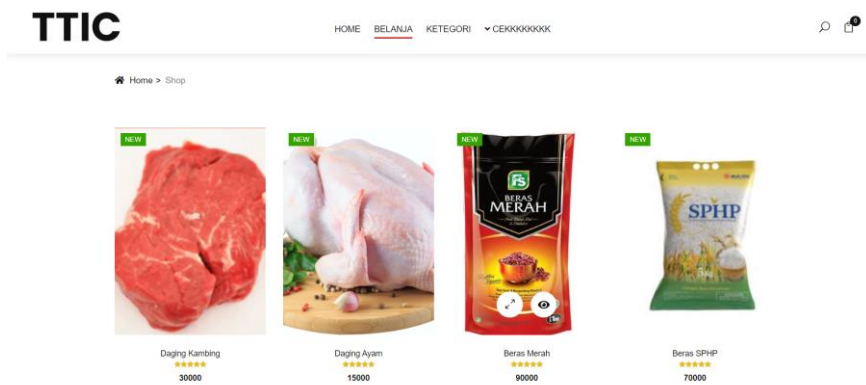
Gambar 3.13 Halaman Home Pelanggan

2. Halaman Kategori



Gambar 3.14 Halaman Kategori Produk

3. Halaman Belanja



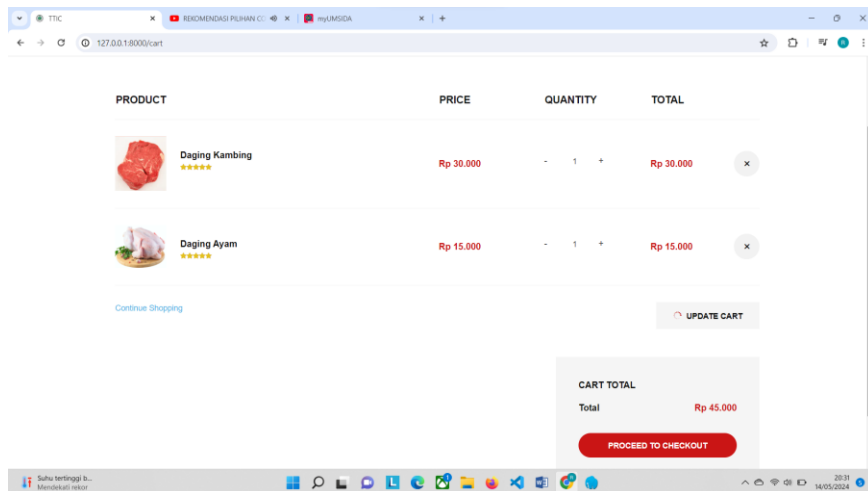
Gambar 3.15 Halaman Produk

4. Halaman Produk



Gambar 3.16 Halaman Produk

5. Halaman Keranjang



Gambar 3.17 Halaman keranjang produk

6. Halaman Form Pengisian

BILLING DETAIL

Recipient Name *

Phone Number *

Province *

City *

Address Detail *

Courier *

Shipment Method *

YOUR ORDER

Product	Total
1. Daging Kambing x 1	Rp 30.000
2. Daging Ayam x 1	Rp 15.000
Total Weight	0.002 Kg
Subtotal	Rp 45.000
Shipping Cost	Rp 8.000
Total	Rp 53.000

Gambar 3.18 Halaman Form alamat pengiriman

7. Halaman Transaksi

Home > Transaction

Invoice ID	Products	Status	Created At	Action
5LMZMJ	Daging Kambing & 2produk lainnya	Menunggu Pembayaran	2024-05-14 21:02:56	Detail
IGJVOP	Daging Kambing	Dikirim	2024-05-02 15:43:27	Detail
OQHFRQ	Daging Ayam	Dikirim	2024-05-01 23:57:14	Detail

Gambar 3.19 Halaman Transaksi

8. Halaman Proses Pembayaran

Status Pesanan: **Menunggu Pembayaran** Tanggal Pesanan: 2024-05-14 21:02:56

Ringkasan Pesanan

#	Nama Produk	Harga	Jumlah	Total
1	Daging Kambing	Rp 30.000	1	Rp 30.000
2	Daging Ayam	Rp 15.000	1	Rp 15.000

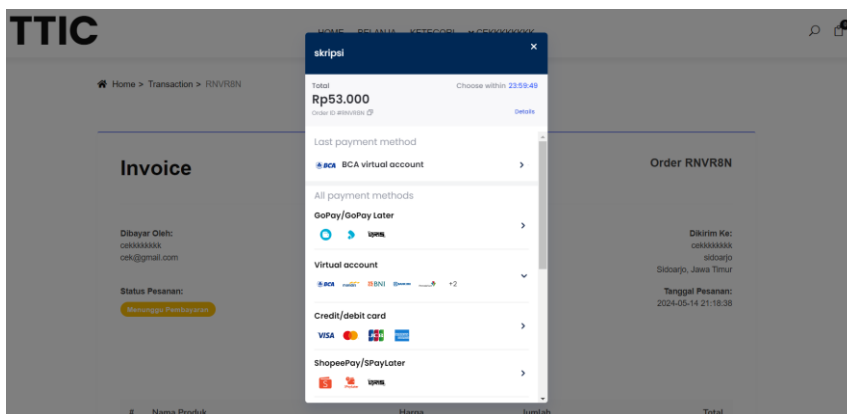
Metode Pengiriman: JNE CTC RP.8000 ESTIMASI 2-3

Subtotal **Rp 45.000**
Ongkos Kirim **Rp 8.000**
Total **Rp 53.000**

[Process Payment](#) [Cancel Order](#) [Print](#)

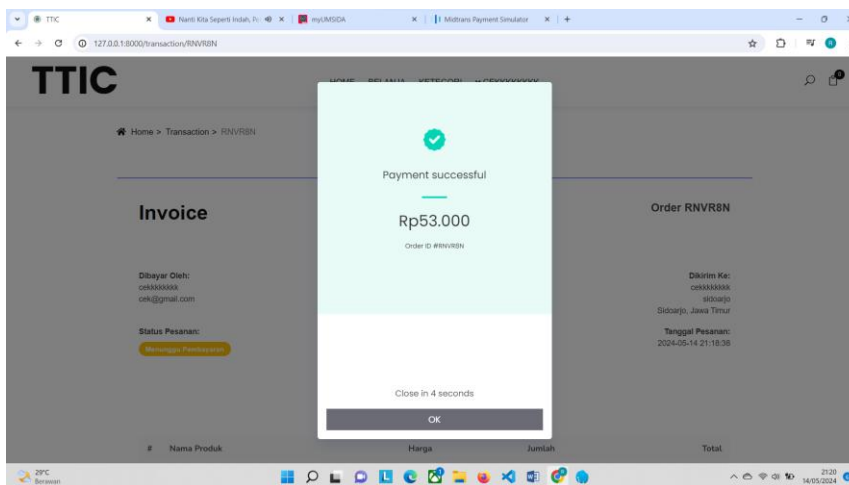
Gambar 3.20 Halaman Proses pembayaran

9. Halaman Pemilihan metode pembayaran



Gambar 3.21 Halaman pemilihan metode pembayaran

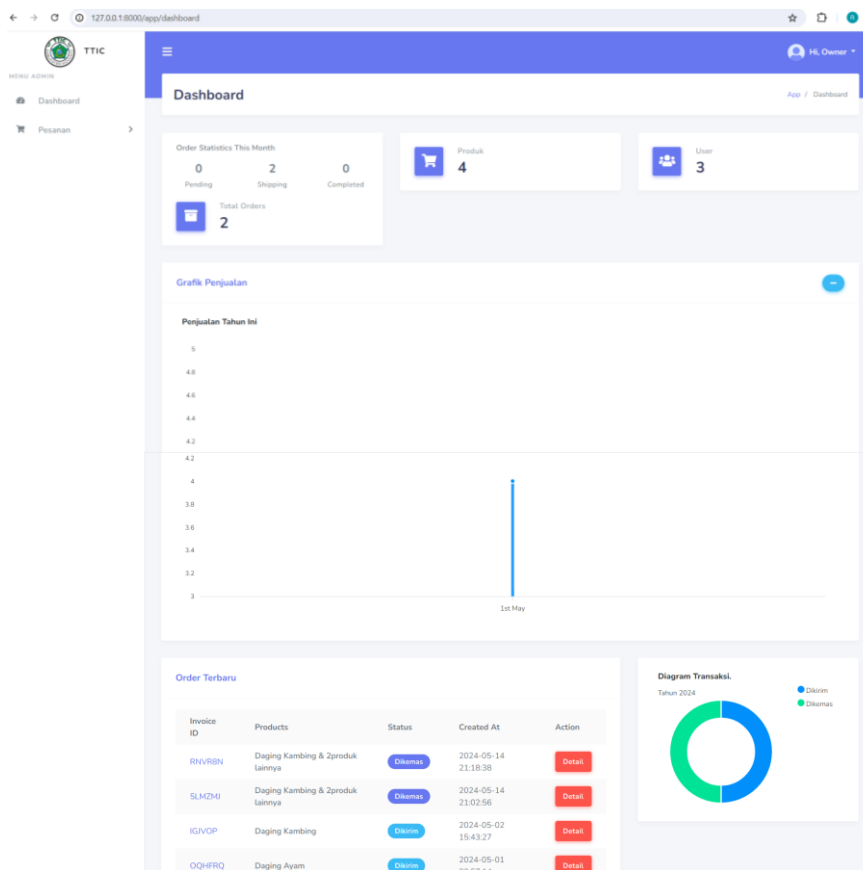
10. Halaman jika pembayaran berhasil



Gambar 3.22 Halaman pembayaran sukses

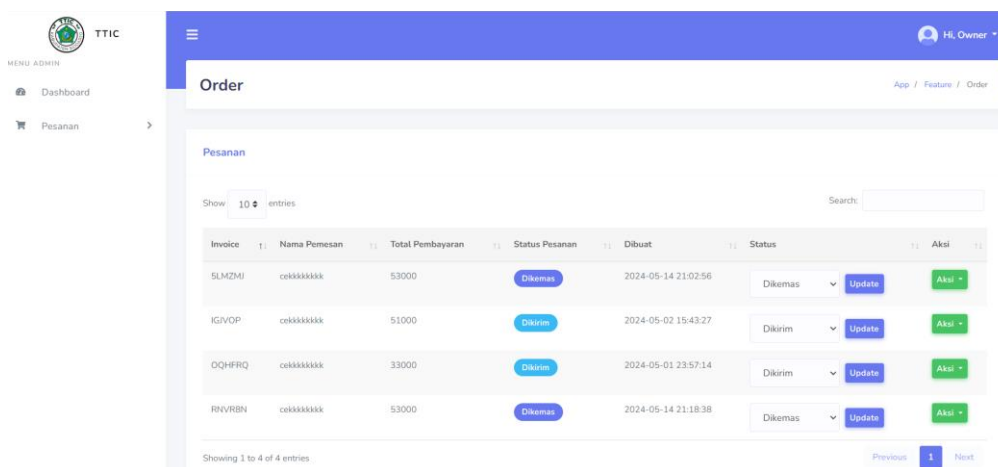
3.3 Aplikasi Untuk Pemilik

1. Halaman Home Pemilik



Gambar 3.23 Halaman Home Owner

2. Halaman Pesanan Owner



Gambar 3.24 Halaman Pesanan Owner

Simpulan

Dari penelitian ini, Dengan mengembangnya teknologi informasi dan kemudahan akses informasi, menciptakan peluang bisnis terutama pada bidang marketplace. Maka dari itu perancangan aplikasi toko tani Indonesia center berbasis web dengan menggunakan database Mysql dan menggunakan metode RAD (Rapid Application Development) dalam pengembangan aplikasi yang berfungsi membantu mempercepat proses pengembangan, meningkatkan fleksibilitas, dan memastikan aplikasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Perancangan aplikasi ini bertujuan untuk memudahkan akses konsumen agar membeli barang yang tersedia dengan mudah, sehingga dapat meningkatkan penjualan produk dan memudahkan pemilik untuk menganalisa pelaporan penjualan produk. Batasan utama penelitian hanya mencakup penjualan pada produk di toko tani Indonesia center. Kesimpulan memberikan gambaran yang lengkap tentang konteks, tujuan, metodologi, dan analisis penelitian perancangan aplikasi marketplace toko tani Indonesia center berbasis web.

Daftar Pustaka

- Akbar, W., Kurniawan, R., Tarantang, J., & ... (2022). Assistance and Utilization of The Marketplace In The Facebook Application As A Mean of Buying By Traders In Palangka Raya City. *Jurnal Penyuluhan*
<https://jurnal.erapublikasi.id/index.php/JPPM/article/view/45>
- Akmala, S. (2019). Perkembangan Internet Pada Generasi Muda Di Indonesia Dengan Kaitan Undang-Undang Ite Yang Berlaku. *Cyber Security Dan Forensik Digital*, 1(2), 45–49. <https://doi.org/10.14421/csecurity.2018.1.2.1371>
- Atmaja, R. D., Faizah, N., & Kambry, M. A. (2023). Aplikasi E-Commerce Toko Sinar Bella dengan Metode Rapid Application Development (RAD) menggunakan Framework CodeIgniter 4. *Design Journal*, 1(1), 26–37. <https://doi.org/10.58477/dj.v1i1.26>
- Cahya, A. D., Aqdella, F. A., Jannah, A. Z., & Setyawati, H. (2021). Memanfaatkan Marketplace Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Tengah Pandemi Covid-19. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 503–510. <https://doi.org/10.37481/sjr.v4i3.329>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan

- (Literature review manajemen pemasaran). ... *Manajemen Pendidikan Dan*
<https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/867>
- Dewantara, R., Cakranegara, P. A., Wahidin, A. J., Muditomo, A., Gede, I., & Sudipa, I. (2022). Implementasi Metode Preference Selection Index Dalam Penentuan Jaringan Dan Pemanfaatan Internet Pada Provinsi Indonesia. *Jurnal Sains Komputer & Informatika (J-SAKTI)*, 6(2), 1226–1238.
- Fiqri, M., Wahyuningsih, S., & ... (2022). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Marketplace Terbaik Menggunakan Metode AHP pada Kelurahan Gunung Batu. *Jurnal Pendidikan Sains* <https://jurnal.itscience.org/index.php/jpsk/article/view/1724>
- Firdaus, F., & Bachtiar, L. (2020). Pengembangan Teknologi E-Marketplace Untuk Hasil Pertanian, Perkebunan Dan Perikanan Kecamatan Seranau. *Journal of Information Sistem Research*, 2(1), 109–115.
- Fryonanda, H. (2023). *Perancangan Sistem Informasi E-Commerce*. 4(1), 43–51.
- Haryani, P. (2021). Pelatihan Marketplace Bagi Kelompok Informasi Masyarakat Kabupaten Bantul. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(1), 78–83.
<https://doi.org/10.32699/ppkm.v8i1.1085>
- Herdiansah, D. (2023). KLIK: Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer Sistem Informasi Administrasi Rukun Warga Berbasis Website Menggunakan Metode Rapid Application Development (RAD). *Media Online*, 4(2), 730–739.
<https://doi.org/10.30865/klik.v4i2.1213>
- Hutauruk. (2017). Analisis Dan Perancangan Aplikasi Marketplace Cinderamata Khas Batak Berbasis Android. *Jurnal Methodika*, 3(1), 242–246.
- Isa, I. G. T., & Hartawan, G. P. (2017). Perancangan Aplikasi Koperasi Simpan Pinjam Berbasis Web (Studi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 5(10), 139–151.
- Luthfiana, N. D. S. P. H. (2019). 23683-48236-1-Sm. *Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pembeli Di Marketplace Shopee)*. *Diponegoro Journal Of Social And Politic.*, 1–7.
- Mahardhika, W. T., Fauzi, A., Supu, A. L. A., & ... (2023). Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop pada Marketplace Shopee (Studi Pustaka Manajemen Sekuriti). *Jurnal Ilmu*
<https://greenpub.org/JIM/article/view/239>
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan*
<https://inobis.org/ojs/index.php/jurnal-inobis/article/view/204>
- Nirad, D. W. S., Hadiguna, R. A., & ... (2023). Optimalisasi UMKM di Kepulauan Mentawai Melalui Marketplace dan Digitalisasi Logistik. *Journal of Applied*
<https://journal.isas.or.id/index.php/JACOST/article/view/467>
- Nst, C. J., Putri, N., & Lawita, N. F. (2021). Perancangan Basis Data (Emos Marketplace) Sebagai Transaksi PT. Primarintis Sejahtera. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
<https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1463>

- Purnawan, E., Brunori, G., & Prospero, P. (2020). Small family farms; a perspective from indonesia, challenges and investment. *No. Dec, December*.
- Setiajie Anugrah, I., Hestina, J., Suryani, E., & Wahyuni, S. (2022). KINERJA E-COMMERCE TOKO TANI INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN DISTRIBUSI PANGAN Performance of E-Commerce Toko Tani Indonesia in Food Distribution Development. *Analisis Kebijakan Pertanian, 20(1)*, 49–71.
- Siska, E., & Prapto, D. A. W. (2021). Pelatihan digital marketing pada marketplace sebagai strategi peningkatan penjualan produk UMKM pulo gadung jakarta timur pada masa new normal. *Jurnal Abdimas Perbanas*.
<https://journal.perbanas.id/index.php/jap/article/view/422>
- Susilo, B., Hanyokro Kusuma, G., Hayatul Fikri, M., Saputri, R., Aulia Putri, R., Rohimah, S., Luthfi Hamzah, M., & Sultan Syarif Kasim Riau, N. (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi Keuangan Pada Kantor Lurah Kotabaru Reteh Dengan Metode Rapid Application Development (Rad). *Jurnal Testing Dan Implementasi Sistem Informasi, 1(1)*, 17–28.
- Vilano, N., & Budi, S. (2020). Penerapan Kansei Engineering dalam Perbandingan Desain Aplikasi Mobile Marketplace di Indonesia. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem*
<https://journal.maranatha.edu/index.php/jutisi/article/view/2705>
- Waziana, W., Saputra, R. H., Sari, N. Y., Kasmi, K., & Aulia, D. (2022). Pemanfaatan E-Commerce Shopee Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Ibu-Ibu PKK Pelaku Bisnis. *NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2)*, 107–112.
<https://doi.org/10.32877/nr.v1i2.433>
- Widiana, S. A., Sintaro, S., Arundaa, R., Alfonsius, E., & Lapihu, D. (2022). Aplikasi Penjualan Baju Berbasis Web (E-Commerce) dengan Formulasi Penyusunan Kode. *Journal of Information Technology, Software Engineering and Computer Science (ITSECS), 1(1)*, 35–43. <https://doi.org/10.58602/itsecs.v1i1.11>
- Yaputra, M. (2023). Peran User-Centered Design terhadap Perancangan User Experience Aplikasi Community Marketplace. *JDMIS: Journal of Data Mining and Information*
<https://journal.y3a.org/index.php/jdmis/article/view/1525>
- Zhafran, R. N., Fitri, A. S., & Kartika, D. S. Y. (2024). RANCANG BANGUN APLIKASI E-MARKETPLACE PET CARE BERBASIS WEB MENGGUNAKAN METODE WATERFALL. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains*
<http://jurnal.kolibi.org/index.php/scientica/article/view/2693>