

SKRIPSI

**HUBUNGAN EFEKTIVITAS *MARKETPLACE* DENGAN
TINGKAT KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH (UMKM) BIDANG PERTANIAN DI
KECAMATAN GANDUS KOTA PALEMBANG**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETPLACE
EFFECTIVENESS AND THE SUCCESS RATE OF MICRO,
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) IN
AGRICULTURE IN GANDUS DISTRICT PALEMBANG CITY***



**Nadia Siprianti
05011182126009**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

SUMMARY

NADIA SIPRIANTI, The Relationship Between Marketplace Effectiveness and the Success Rate of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Agriculture in Gandus District, Palembang City (Supervised by **YULIAN JUNAIDI**).

The development of the digital economy has encouraged the use of marketplaces as an effective business platform for micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the agricultural sector. The objectives of this study are (1) Measuring the effectiveness of the marketplace in micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the agricultural sector in Gandus District, Palembang City; (2) Measuring the success of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in agriculture in Gandus District, Palembang City; and (3) Analyze the relationship between the level of marketplace effectiveness and the success rate of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the agricultural sector in Gandus District, Palembang City. The research method used in this study is the survey method. The research was carried out in Gandus District, Palembang City, precisely in Pulokerto, Gandus, Karang Jaya, Karang Anyar and 36 Ilir Villages from November 2024 until completed with a total of 35 respondents from MSME actors. The data used is primary data and secondary data. The results of this study are (1) The results of measuring the effectiveness of the marketplace in micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the agricultural sector in Gandus District, Palembang City from 5 indicators as a whole are at high criteria with an average score of 2.64, showing that the marketplace has a very positive effectiveness for MSMEs; (2) The results of the measurement of the success of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the agricultural sector in Gandus District, Palembang City from 5 indicators as a whole are at high criteria with an average score of 2.71, it can be concluded that the overall success of micro, small and medium enterprises is very good; and (3) The relationship between the level of marketplace effectiveness and the success rate of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in the agricultural sector in Gandus District, Palembang City was obtained from the results of sig (2-tailed) of $0.015 < 0.05$, which means that there is a significant correlation between the level of marketplace effectiveness and the success rate of micro small and medium enterprises (MSMEs). It was also obtained a coefficient of 0.408 which means that there is sufficient closeness or strength and the direction of the relationship between the level of marketplace effectiveness and the success rate of micro, small and medium enterprises (MSMEs) is positive, meaning that the relationship is unidirectional. The weaknesses of this study are still limited regional coverage, variations in digital infrastructure, and potential bias due to differences in the scale of MSMEs, which affect the accuracy of analysis in determining the influence of marketplaces on the success of MSMEs.

Keywords: agricultural sector, digital marketing, marketplace effectiveness, MSMEs success

RINGKASAN

NADIA SIPRIANTI, Hubungan Efektivitas *Marketplace* dengan Tingkat Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bidang Pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang (Dibimbing oleh **YULIAN JUNAIDI**).

Perkembangan ekonomi digital telah mendorong penggunaan *marketplace* sebagai platform bisnis yang efektif bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) di sektor pertanian. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengukur efektivitas *marketplace* pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang; (2) Mengukur keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang; dan (3) Menganalisis hubungan tingkat efektivitas *marketplace* dengan tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Gandus Kota Palembang tepatnya di Kelurahan Pulokerto, Gandus, Karang Jaya, Karang Anyar dan 36 Ilir dari bulan November 2024 sampai selesai dengan jumlah responden sebanyak 35 pelaku UMKM. Data yang digunakan data primer dan data sekunder. Hasil penelitian ini adalah (1) Hasil dari pengukuran efektivitas *marketplace* pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang dari 5 indikator secara keseluruhan berada pada kriteria tinggi dengan skor rata-rata 2,64, menunjukkan bahwa *marketplace* memiliki efektivitas yang sangat positif terhadap UMKM; (2) Hasil dari pengukuran keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang dari 5 indikator secara keseluruhan berada pada kriteria tinggi dengan skor rata-rata 2,71, dapat disimpulkan keberhasilan usaha mikro kecil menengah secara keseluruhan sangat baik; dan (3) Hubungan antara tingkat efektivitas *marketplace* dengan tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang didapat hasil dari sig (2-tailed) sebesar $0,015 < 0,05$, yang artinya terdapat korelasi yang signifikan antara tingkat efektivitas *marketplace* dengan tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Didapatkan juga angka koefisien sebesar 0,408 yang artinya terdapat keeratan atau kekuatan yang cukup dan arah hubungan antara tingkat efektivitas *marketplace* dengan tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) adalah positif artinya hubungannya adalah searah. Kelemahan penelitian ini terdapat pada cakupan wilayah yang masih terbatas, variasi infrastruktur digital, serta potensi bias akibat perbedaan skala UMKM, yang memengaruhi keakuratan analisis dalam menentukan pengaruh *marketplace* terhadap keberhasilan UMKM.

Kata kunci: bidang pertanian, efektivitas *marketplace*, keberhasilan umkm, pemasaran digital

SKRIPSI

HUBUNGAN EFEKTIVITAS *MARKETPLACE* DENGAN TINGKAT KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BIDANG PERTANIAN DI KECAMATAN GANDUS KOTA PALEMBANG

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Universitas Sriwijaya**



**Nadia Siprianti
05011182126009**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN EFEKTIVITAS *MARKETPLACE* DENGAN TINGKAT KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) BIDANG PERTANIAN DI KECAMATAN GANDUS KOTA PALEMBANG

SKRIPSI

Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:
Nadia Siprianti
05011182126009

Indralaya, April 2025
Pembimbing


Dr. Ir. Yulian Junaidi, M.Si.
NIP. 196507011989031005

Mengetahui,


Dekan Fakultas Pertanian Unsri

Prof. Dr. Ir. A. Muslim, M. Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan judul “Hubungan Efektivitas *Marketplace* dengan Tingkat Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bidang Pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang ” oleh Nadia Siprianti telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 Maret 2025 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Dini Damayanthi, S.P., M.Sc.
NIP. 199607102022032014

Ketua

(.....)

2. Dwi Wulan Sari, S.P., M.Si., Ph.D.
NIP. 198607182008122005

Penguji

(.....)

3. Dr. Ir. Yulian Junaidi, M.Si.
NIP. 196507011989031005

Pembimbing

(.....)

Indralaya, April 2025
Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian


Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

ILMU ALAT PENGABDIAN

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Siprianti

Nim : 05011182126009

Judul : Hubungan Efektivitas *Marketplace* dengan Tingkat Keberhasilan Usaha
Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bidang Pertanian di Kecamatan
Gandus Kota Palembang

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat dalam skripsi ini merupakan hasil pengamatan saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dari pihak manapun.



Indralaya, April 2025



Nadia Siprianti

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir pada Tanggal 3 September 2004 dengan nama Nadia Siprianti. Lahir di Desa Air Lingkar, Kecamatan Pagar Gunung, Kabupaten Lahat, Provinsi Sumatera Selatan, merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Muliadi dan Ibu Marlinda Sari. Penulis memiliki 1 saudara laki-laki, yang bernama Tian Azharie.

Penulis menempuh Pendidikan pertama di Sekolah Dasar Negeri 8 Pagar Gunung pada Tahun 2009 hingga Tahun 2015 dan melanjutkan kejenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Pagar Gunung pada Tahun 2015 hingga Tahun 2018. Melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Kejurusan di SMK Negeri 5 Palembang pada Tahun 2018 hingga Tahun 2021. Melanjutkan pada jenjang sarjana atau strata 1 di salah satu Universitas Sumatera Selatan yaitu Universitas Sriwijaya Fakultas Pertanian Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis pada Tahun 2021.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana dengan judul: “Hubungan Efektifitas *Marketplace* dengan Tingkat Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Bidang Pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang”.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan petunjuk, doa, arahan, semangat, bimbingan dan kerjasama antara lain :

1. Kepada Allah SWT atas berkat limpahan karunianya dan nikmat sehat yang diberikan sehingga penulis diberi kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kepada diri saya sendiri terimakasih telah bertahan sampai ditahap ini, selalu semangat dan berusaha untuk mempertanggung jawabkan apa yang dimulai.
2. Kedua orang tua tercinta Bapak Muliadi, Ibu Marlinda Sari dan juga adik Tian Azharie. Terimakasih sudah senantiasa mendoakan dan memberi dukungan baik moril maupun materil, sudah menjadi pendengar yang baik kepada penulis, semua pengorbanan, kasih sayang yang tulus, tidak mengeluh disaat lelah bekerja, selalu percaya dan menjadi sumber kekuatan di setiap langkah penulis. Beliau memang tidak mempunyai kesempatan merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka hebat mampu senantiasa memberikan yang terbaik bagi penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan mereka telah membuktikan bahwa anak petani bisa menjadi sarjana, karena gelar sarjana yang saya raih bukan semata hasil perjuangan saya sendiri melainkan buah dari doa dan kerja keras Bapak Ibu yang tak pernah putus dan menyerah.
3. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si. sebagai Ketua Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Ir. Yulian Junaidi, M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Dwi Wulan Sari, S.P., M.Si., Ph.D. sebagai dosen penguji pada seminar proposal, seminar hasil dan ujian skripsi yang telah memberikan saran dan

arahan kepada penulis dalam menyusun skripsi.

6. Seluruh dosen Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Seluruh staff akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya. Terimakasih telah membantu penulis dalam mengurus administrasi.
8. Teman-teman satu bimbingan dan kakak tingkat, Andesta, Jenni, Sundriani, kak Ebin, kak Kie, kak Ardea, kak Difi, kak Syauqi dan kak Nina. Terima kasih untuk semua bantuan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman sekolah, Diana, Nova dan Elsi. Terima kasih telah menyemangati dan sudah menjadi tempat bercerita bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
10. Teman-teman geng kekar, Putri, Hanny, Zalsa, dan Anin. Terimakasih telah berjuang bersama sampai titik ini yang sudah mendoakan, saling membantu dan saling mengingatkan, serta telah memberikan bantuan tempat menginap pada saat menyusun skripsi ini ketika penulis di indralaya.
11. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan kelas agb b aww. Terimakasih telah memberikan dukungan semangat dan bantuannya dalam menyusun skripsi ini maupun selama perkuliahan.
12. Kepada keluarga besar dari bapak maupun ibu penulis, Terimakasih telah mendoakan pada saat menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kesalahan baik dalam penulisan maupun penyajian data sehingga kritik dan saran sangat dibutuhkan penulis sehingga dapat menjadi bahan evaluasi di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Indralaya, April 2025

Nadia Siprianti

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Konsep Efektivitas	8
2.1.2. Konsep <i>Marketplace</i>	10
2.1.3. Konsepsi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	13
2.1.4. Konsepsi Keberhasilan Usaha	16
2.2. Model Pendekatan	19
2.3. Hipotesis	20
2.4. Batasan Operasional	21
BAB 3. METODE PENELITIAN	24
3.1. Tempat dan Waktu	24
3.2. Metode Penelitian	24
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	24
3.4. Metode Pengumpulan Data	25
3.5. Metode Pengolahan Data	25
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1. Keadaan Umum Daerah Penelitian	34
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi	34
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi	34
4.1.3. Penduduk	35
4.1.4. Mata Pencarian	35

	Halaman
4.1.5. Sarana dan Prasarana.....	36
4.2. Karakteristik Responden	40
4.2.1. Usia Responden	40
4.2.2. Jenis Kelamin Responden	41
4.2.3. Tingkat Pendidikan Responden	42
4.3. Karakteristik Usaha	43
4.3.1. Lama Usaha	43
4.3.2. Status Kepemilikan Tempat Usaha	44
4.3.3. <i>Marketplace</i>	44
4.4. Uji Instrumen	45
4.4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	45
4.5. Efektivitas <i>Marketplace</i> pada UMKM	48
4.5.1. Indikator Keberhasilan <i>Marketplace</i>	49
4.5.2. Indikator Keberhasilan Sasaran.....	51
4.5.3. Indikator Kepuasan <i>Marketplace</i>	52
4.5.4. Indikator Tingkat Input dan Output	54
4.5.5. Indikator Pencapaian Tujuan	55
4.6. Keberhasilan UMKM.....	56
4.6.1. Indikator Laba	58
4.6.2. Indikator Produktivitas dan Efektivitas.....	59
4.6.3. Indikator Daya Saing.....	61
4.6.4. Indikator Kompetensi.....	62
4.6.5. Indikator Terbangunnya Citra yang Baik.....	63
4.7. Hubungan antara Tingkat Efektivitas <i>Marketplace</i> dengan Tingkat Keberhasilan UMKM	65
BAB 5. KESIMPULAN dan SARAN	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Jumlah dan Skala UMKM Per Kecamatan di Kota Palembang	4
Tabel 3.1. Kriteria Pengukuran Instrument Penelitian	27
Tabel 3.2. Indikator dan Pernyataan Efektivitas <i>Marketplace</i> pada UMKM	27
Tabel 3.3. Interval Kelas Efektivitas <i>Marketplace</i>	29
Tabel 3.4. Kriteria Pengukuran Instrument Penelitian.....	29
Tabel 3.5. Indikator dan Pernyataan Keberhasilan UMKM	29
Tabel 3.6. Interval Kelas Keberhasilan UMKM	31
Tabel 3.7. Nilai Interval Koefisien Korelasi Rank Spearman.....	33
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Kecamatan Gandus.....	35
Tabel 4.2. Sarana Pendidikan Sekolah Negeri di Kecamatan Gandus.....	37
Tabel 4.3. Sarana Pendidikan Sekolah Swasta di Kecamatan Gandus	37
Tabel 4.4. Jumlah Tempat Peribadatan di Kecamatan Gandus.....	38
Tabel 4.5. Sarana Kesehatan di Kecamatan Gandus.....	39
Tabel 4.6. Usia Responden di Kecamatan Gandus	41
Tabel 4.7. Jenis Kelamin Pelaku Usaha Responden di Kecamatan Gandus	42
Tabel 4.8. Tingkat Pendidikan Pelaku Usaha Responden di Kecamatan Gandus	42
Tabel 4.9. Lama Usaha Responden.....	43
Tabel 4.10. Status Kepemilikan Tempat Usaha	44
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Efektivitas <i>Marketplace</i> pada UMKM	45
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas <i>Marketplace</i> pada UMKM	46
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Keberhasilan UMKM.....	47
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas Keberhasilan UMKM.....	47
Tabel 4.15. Hasil Pengukuran Efektivitas <i>Marketplace</i> pada UMKM	48
Tabel 4.16. Skor Rata-Rata Ukuran Keberhasilan <i>Marketplace</i>	49
Tabel 4.17. Skor Rata-Rata Ukuran Keberhasilan Sasaran.....	51

	Halaman
Tabel 4.18. Skor Rata-Rata Ukuran Kepuasan <i>Marketplace</i>	53
Tabel 4.19. Skor Rata-Rata Ukuran Tingkat Input dan Output	54
Tabel 4.20. Skor Rata-Rata Ukuran Pencapaian Tujuan.....	56
Tabel 4.21. Hasil Pengukuran Keberhasilan UMKM	57
Tabel 4.22. Skor Rata-Rata Ukuran Laba	58
Tabel 4.23. Skor Rata-Rata Ukuran Produktivitas dan Efektivitas.....	60
Tabel 4.24. Skor Rata-Rata Ukuran Daya Saing.....	61
Tabel 4.25. Skor Rata-Rata Ukuran Kompetensi.....	62
Tabel 4.26. Skor Rata-Rata Ukuran Terbangunnya Citra yang Baik.....	64
Tabel 4.27. Hasil Uji Rank Spearman Hubungan Tingkat Efektivitas <i>Marketplace</i> dengan Tingkat Keberhasilan UMKM di Kecamatan Gandus Kota Palembang	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Pendekatan Diagramatik	19

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Kecamatan Gandus.....	74
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	75
Lampiran 3. Identitas Responden.....	79
Lampiran 4. Karakteristik Wirausaha	80
Lampiran 5. Indikator Keberhasilan <i>Marketplace</i>	84
Lampiran 6. Indikator Keberhasilan Sasaran	85
Lampiran 7. Indikator Kepuasan <i>Marketplace</i>	86
Lampiran 8. Indikator Tingkat Input dan Output.....	87
Lampiran 9. Indikator Pencapaian Tujuan	88
Lampiran 10. Indikator Laba.....	89
Lampiran 11. Indikator Produktivitas dan Efektivitas	90
Lampiran 12. Indikator Daya Saing	91
Lampiran 13. Indikator Kompetensi	92
Lampiran 14. Indikator Terbangunnya Citra yang Baik	93
Lampiran 14. Skor Total Efektivitas <i>Marketplace</i>	94
Lampiran 14. Skor Total Keberhasilan UMKM	95
Lampiran 15. Dokumentasi Penelitian	96

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Revolusi industri 4.0 saat ini, hampir semua aktivitas masyarakat menjadi digital atau menggunakan jaringan internet. Internet dan teknologi digital sangat penting untuk membantu dan mempermudah aktivitas sehari-hari, seperti membeli barang, berbisnis, dan menjalankan bisnis. Era digital seperti saat ini, para entrepreneurship atau pelaku usaha memiliki banyak kesempatan untuk mengembangkan bisnis mereka, karena pada era digital dapat memperoleh berbagai kemudahan dan keuntungan untuk mengembangkan bisnis (Sari, 2019). Teknologi digital yang muncul selama revolusi industri 4.0 saat ini, dapat menjadi elemen penting bagi para pelaku industri untuk mengembangkan bisnis mereka. Pemanfaatan teknologi digital untuk mengembangkan sektor atau bisnis berkembang akan membantu memperbaiki kondisi perekonomian masyarakat. Kondisi seperti ini disebut sebagai perekonomian digital (Kemkominfo, 2019).

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia didorong oleh pertumbuhan pesat TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi) dan peningkatan jumlah pengguna internet. Peningkatan jumlah pengguna internet di masyarakat menciptakan peluang bagi para pelaku UMKM dalam menjalankan bisnis mereka dan mengembangkannya menjadi lebih luas (Setiawan, 2018). Jangkauan luas, kemudahan akses dan biaya rendahnya media internet sangat cocok untuk pemasaran produk bisnis kecil menengah. Adanya internet, pelaku UMKM dapat melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan produk dengan mudah dan dapat menjangkau konsumen dari berbagai tempat. Proses pemasaran dan penjualan produk dilakukan melalui media internet, yang dapat meningkatkan pendapatan (Syikin, 2021). Pemasaran digital tidak hanya meningkatkan pendapatan atau keuntungan yang diterima, tetapi juga membuat komunikasi antara pelaku UMKM dan pelanggan menjadi lebih intens, dan pelanggan dapat memberikan kritik dan saran kepada pelaku UMKM, ini memungkinkan pelaku UMKM untuk mengetahui keinginan pelanggan dan mengembangkan bisnis mereka sendiri (Anugrah, 2020). Keberhasilan bisnis bergantung pada kemajuan ekonomi digital, oleh karena itu,

sangat penting bagi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) untuk belajar lebih banyak tentang ekonomi digital dan belajar menggunakan teknologi digital yang sedang berkembang. Pengetahuan dan keterampilan yang memadai di bidang ini, pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk memperluas bisnis mereka, meningkatkan pendapatan, dan bersaing secara lebih efektif dengan perusahaan besar di pasar internasional. Kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital memungkinkan UMKM untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar global yang semakin terhubung dan dinamis (Quinton *et al.*, 2018).

Marketplace sebenarnya merupakan sebuah website atau aplikasi yang menyediakan tempat bagi pelaku bisnis berbasis online yang ingin menjual produk mereka. Contoh *marketplace* beroperasi di Indonesia seperti Shopeefood, Maximfood, Grabfood dan Gofood (Aisyah & Diana, 2022). Secara keseluruhan, *marketplace* memberikan manfaat besar dan membantu bisnis kecil dengan barang yang potensial dan dibutuhkan pasar untuk berkembang. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka dengan menggunakan platform online terutama *marketplace*, di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat. Peningkatan ketersediaan internet dan peningkatan jumlah smartphone yang digunakan, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) semakin tertarik untuk memanfaatkan platform *marketplace* sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penjualan dan keuntungan (Patiro *et al.*, 2023). Berbagai Negara, penggunaan *marketplace* sebagai salah satu jalur distribusi produk telah menjadi trend yang signifikan dalam strategi pemasaran UMKM. *Marketplace* seperti Shopeefood, Maximfood, Grabfood, dan Gofood, menawarkan platform yang memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara online kepada pelanggan potensial. Keuntungan utama dari penggunaan *marketplace* adalah biaya yang relatif rendah dan kemudahan untuk mengakses pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis (Anggraeny & Baihaqi, 2021).

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan inti dalam pembangunan perekonomian nasional dan memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian daerah dan nasional secara keseluruhan terutama dalam hal pemerataan ekonomi, pengurangan tingkat kemiskinan,

peningkatan penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan pendapatan negara melalui devisa (Farizki *et al.*, 2020). UMKM memiliki kemampuan untuk berkontribusi secara signifikan terhadap inovasi ekonomi melalui mitra usaha atau jaringan kerjasama dengan industri atau sektor usaha yang lebih besar. Kerjasama ini akan meningkatkan kemampuan kerja UMKM sendiri, sehingga dapat berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja pada tingkat makro (Singh, 2017). Memberikan sumber mata pencaharian bagi masyarakat menengah ke bawah dan memberikan kesempatan kerja bagi individu dengan tingkat pengetahuan dan keterampilan yang rendah, UMKM menjadi sektor penting di Indonesia (Tirtayasa *et al.*, 2021). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memberikan dampak besar pada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) suatu Negara. UMKM juga memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan kerja, mengurangi kesenjangan ekonomi regional, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memainkan peran penting dalam ekonomi dan budaya lokal, oleh karena itu, memahami secara mendalam tentang cara meningkatkan kinerja bisnis UMKM, salah satunya melalui optimalisasi teknologi seperti platform *marketplace*, dapat sangat membantu kemajuan ekonomi dan kesejahteraan sosial. Menggunakan teknologi ini, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan efisiensi operasional, daya saing, dan inovasi, oleh karena itu, kemajuan digital dalam industri UMKM sangat penting untuk menghadapi tantangan global dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

UMKM sektor pertanian meliputi makanan, minuman, sayur dan buah-buahan. Sektor ini memiliki peran penting dalam ekonomi masyarakat, terutama di Negara agraris seperti Indonesia. Produk makanan, minuman, sayur dan buah-buahan merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang permintaannya stabil, sehingga memiliki prospek pasar yang luas dan terus berkembang. UMKM yang menjual makanan termasuk bakso, pempek, ayam geprek dan makanan dari bahan pertanian lainnya. Produk minuman termasuk thai tea, es teler, es kacang dan kopi. Sayur termasuk dalam produk makanan misalnya campuran sayur yang diolah untuk bahan makanan kebab, sayur kemangi untuk lalapan pecel lele, dan berbagai sayuran yang di campur pada olahan makanan lainnya. Buah-buahan termasuk yaitu jus buah dan pisang coklat.

Menurut Menteri Koperasi dan UKM, pelaku UMKM diprediksi akan menjadi pilar utama dalam menggerakkan perekonomian nasional. Tahun 2022 akan menjadi momentum untuk kebangkitan UMKM. Dinas Koperasi dan UKM Kota Palembang berperan sebagai lembaga pemerintah yang memiliki wewenang dan tanggung jawab dalam berbagai aspek pengembangan UMKM, mulai dari perencanaan, implementasi program, penyaluran bantuan, hingga pemberian bimbingan di bidang koperasi dan UKM. Berikut adalah data jumlah dan skala penyebaran UMKM per Kecamatan di Kota Palembang tahun 2022.

Distribusi unit usaha di setiap Kecamatan tidak selalu sebanding dengan jumlah penduduk. Faktor lokasi, aksesibilitas, dan ekonomi lokal mempengaruhi sebaran usaha. Berikut data jumlah unit usaha dan penduduk per Kecamatan.

Tabel 1.1. Perbandingan Jumlah UMKM dengan Jumlah Penduduk di Kota Palembang Tahun 2022

No	Kecamatan	Total Unit Usaha	Total Jumlah Penduduk	Persentase (%)
1	Ilir Barat I	4.215	141.855	2,97
2	Bukit Kecil	5.262	38.566	13,64
3	Ilir Barat II	4.056	67.647	6,00
4	Gandus	5.293	75.394	7,02
5	Sukarami	3.657	187.640	1,95
6	Kemuning	4.181	80.644	5,18
7	Ilir Timur I	5.118	66.135	7,74
8	Alang-Alang Lebar	2.656	106.641	2,49
9	Ilir Timur II	6.650	85.417	7,79
10	Ilir Timur III	4.086	72.973	5,60
11	Kalidoni	4.342	124.248	3,49
12	Sako	3.897	112.553	3,46
13	Sematang Borang	1.695	56.874	2,98
14	Seberang Ulu I	4.650	91.637	5,07
15	Kertapati	5.680	92.344	6,15
16	Seberang Ulu II	5.265	100.480	5,24
17	Jakabaring	4.434	90.882	4,88
18	Plaju	5.426	94.143	5,76
Jumlah		80.563	1.686.073	4,78

Sumber: Badan Pusat Statistika, 2023

Berdasarkan data dalam Tabel 1.1. distribusi unit usaha di berbagai Kecamatan tidak selalu berbanding lurus dengan jumlah penduduknya. Beberapa

Kecamatan memiliki kepadatan usaha yang tinggi meskipun jumlah penduduknya relatif sedikit. Misalnya, Bukit Kecil memiliki jumlah unit usaha yang cukup besar, yaitu 5.262 unit, sementara jumlah penduduknya hanya 38.566 jiwa, sehingga persentase unit usaha terhadap jumlah penduduk mencapai 14%, tertinggi di antara kecamatan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa wilayah ini kemungkinan merupakan pusat ekonomi atau bisnis yang berkembang pesat. Sebaliknya, ada kecamatan dengan jumlah penduduk besar tetapi persentase unit usaha yang rendah. Contohnya, Sukarami, yang memiliki jumlah penduduk tertinggi dalam tabel, yaitu 187.640 jiwa, tetapi hanya memiliki 3.657 unit usaha (2%). Hal ini dapat mengindikasikan bahwa kecamatan ini lebih didominasi oleh kawasan pemukiman atau sektor ekonomi lain yang tidak berbasis unit usaha kecil dan menengah. Alang-Alang Lebar juga menunjukkan pola serupa, dengan jumlah penduduk 106.641 jiwa, tetapi hanya memiliki 2.656 unit usaha (2%). Dari segi jumlah unit usaha terbanyak, Ilir Timur II menempati posisi pertama dengan 6.650 unit usaha, menunjukkan aktivitas ekonomi yang tinggi di wilayah tersebut. Kecamatan lain yang juga memiliki jumlah unit usaha yang cukup banyak adalah Kertapati (5.680 unit), Seberang Ulu II (5.265 unit), dan Gandus (5.293 unit). Tingginya jumlah unit usaha di wilayah-wilayah ini bisa disebabkan oleh faktor aksesibilitas, pusat perdagangan, atau dukungan infrastruktur yang lebih baik dibandingkan daerah lainnya. Kesenjangan antara jumlah penduduk dan unit usaha di berbagai kecamatan menunjukkan bahwa faktor-faktor lain, seperti infrastruktur, lokasi strategis, akses pasar, serta kebijakan daerah, turut mempengaruhi perkembangan usaha. Kecamatan seperti Bukit Kecil dan Ilir Timur memiliki keunggulan dalam hal kepadatan usaha, sementara kecamatan dengan jumlah penduduk tinggi seperti Sukarami justru memiliki unit usaha yang lebih sedikit. Jadi perbandingan jumlah UMKM dengan jumlah penduduk di Kota Palembang adalah 4,78%.

Kecamatan Gandus adalah kawasan agropolitan di pinggiran Kota di Provinsi Sumatera Selatan. Sistem agribisnis yang diterapkan di wilayah ini mendorong pertumbuhan sektor pertanian. Sistem ini tidak hanya mendukung tetapi juga mendorong pengembangan agribisnis di wilayah pedalaman dan pedesaan sekitarnya. Kelurahan Pulokerto, Gandus, Karang Jaya, Karang Anyar dan 36 Ilir adalah lima Kelurahan di Kecamatan Gandus yang termasuk dalam kategori

pinggiran Kota. Mereka yang tinggal di daerah ini berasal dari berbagai jenis pekerjaan, seperti petani, buruh, karyawan pabrik, pegawai negeri sipil, pengusaha, dan lainnya.

Keberhasilan usaha merupakan suatu keadaan dimana sebuah bisnis mengalami peningkatan dari hasil sebelumnya, mencerminkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Wibowo (2021), lima hal dapat menunjukkan keberhasilan bisnis: peningkatan jumlah penjualan, peningkatan hasil produksi, peningkatan keuntungan, dan perkembangan dan pertumbuhan bisnis yang cepat dan memuaskan. Wirausaha yang cerdas, kreatif, dan mengikuti kemajuan teknologi dapat membuat bisnis berhasil. Beberapa indikator khusus yang digunakan untuk mengukur kinerja bisnis atau usaha, seperti laba atau profitabilitas, produktivitas dan efisiensi, daya saing, kompetensi serta terbangun citra baik.

UMKM bidang pertanian masih menghadapi banyak masalah, termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya akses ke pasar, dan kesulitan meningkatkan pendapatan. Salah satu strategi yang dapat untuk meningkatkan keberhasilan UMKM pertanian adalah menggunakan *marketplace*. *Marketplace* dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas produk, memperluas jaringan pasar, dan meningkatkan efektivitas penjualan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan tingkat efektivitas *marketplace* dengan tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah pokok yang di bahas yaitu :

1. Bagaimana tingkat efektivitas penggunaan *marketplace* pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang?
2. Bagaimana tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang?
3. Bagaimana hubungan tingkat efektivitas *marketplace* dengan tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk diantaranya:

1. Mengukur efektivitas *marketplace* pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang.
2. Mengukur keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang.
3. Menganalisis hubungan tingkat efektivitas *marketplace* dengan tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang.

Adapun kegunaan dari penelitian ini sesuai dengan harapan penulis adalah sebagai berikut:

1. Memberi manfaat dan informasi kepada pembaca mengenai hubungan efektivitas *marketplace* dengan tingkat keberhasilan usaha mikro kecil menengah (UMKM) bidang pertanian di Kecamatan Gandus Kota Palembang.
2. Bagi peneliti, penelitian ini dapat digunakan sebagai penerapan ilmu yang telah dipelajari, memberikan kesempatan kepada peneliti untuk terlibat langsung ke masyarakat serta memperluas pengetahuannya dan menjadi referensi bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, F. R., & Diana, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi E-Commerce dan Dampaknya pada Kinerja UMKM di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pelaku UMKM di Kecamatan Singosari Kabupaten Malang). *E-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(01).
- Anggraeny, R. D., & Baihaqi, I. (2021). Analysis of E-Marketplace Use in East Java's MSMEs Using the Technology Acceptance Model Approach. *KnE Social Sciences*, 707-727.
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh Umkm Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (Psbb) Corona Viruses Disease 2019 (Covid-19). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 55-65.
- Ardiani, W., & Putra, R. (2018). Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Pemberian Dana Bergulir Terhadap Kinerja UMKM:(Studi Pada Umkm Desa Denai Lama Kabupaten Deli Serdang). *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 50-59.
- Artaya, I. P., & Purworusmiardi, T. (2019). Efektifitas *Marketplace* dalam Meningkatkan Konsentrasi Pemasaran Dan Penjualan Produk Bagi Umkm di Jawa Timur. *Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Narotama Surabaya*, 1(10).
- Badan Pusat Statistik. 2024. Kecamatan Gandus dalam Angka Tahun 2024. Palembang: BPS.
- 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.
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(1), 80-91.
- Dewi, R., & Herlina, T. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Kemampuan Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Kuliner Di Baturaja Timur Kabupaten Oku. *Jurnal Manajemen Bisnis Unbara*, 2(1), 75-93.
- Farizki, F. I., Salamah, R., Mutiah, T. S. R., Wardhani, W. K., & Siddi, P. (2020). Penyuluhan Umkm Di Era New Normal Dengan Memprioritaskan Ekonomi Digital Marketing. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian MasyarakatBerkemajuan*, 4(1), 620-623.

- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47-58.
- Gie, The Liang. 2002. Analisis Administrasi dan Manajemen, *Gramedia*, Jakarta.
- Gumilang, R. R., & Ridwan, Z. M. (2024). The Role of Brand Image in Overall Purchasing Decisions Online at Marketplace. *JOBM-Journal Of Bussines Management Basic*, 6(1), 86-90.
- Halim, A. 2020. Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2) : 157-172.
- Herlina, V. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS* (Jakarta : PT. Gramedia)
- Indonesia, O. J. K. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. *Otoritas Jasa Keuangan*, 378.
- Indrayani, F. K. (2014). Efektivitas Program Keluarga Harapan di Desa Sugihwaras Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun. *Publika*, 2(3).
- Kaawoan, E., Ruru, J., & Kolondam, H. (2022). Efektivitas Bantuan Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Kelurahan Malalayang Satu Barat Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(113).
- Kemkominfo. 2019. Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen. Retrieved from Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia.
- Miftah, A. A., & Pangiuk, A. (2020). *Budaya Bisnis Muslim Jambi dalam Perspektif Kearifan Lokal*. Ahlimedia Book.
- Mutiarin, D., & Zaenudin, A. (Eds.). (2014). *Manajemen birokrasi dan kebijakan: penelusuran konsep dan teori*. Pustaka Pelajar.
- Oktaviani, Q., Diana, F., Tiara, E., Setyadi, H., Roziq, M. W. A., & Riofita, H. (2024). Peran E-Commerce Dalam Pemasaran Produk Umkm. *WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1(2), 16-21.
- Patiro, S. P. S., Aryani, D., Rekarti, E., & Wibowo, M. (2023). Peningkatan Pengetahuan Marketplace Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dengan Website Education Marketplace. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(1), 12-26.
- Pasolong, H. (2019). Teori Administrasi Publik.

- Putra, A. K., Nyoto, R. D., & Pratiwi, H. S. (2017). Rancang Bangun Aplikasi Marketplace Penyedia Jasa Les Private Di Kota Pontianak Berbasis Web. *JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi)*, 5(1), 22-26.
- Putri, S. (2020). Kontribusi UMKM terhadap Pendapatan Masyarakat Ponorogo: Analisis Ekonomi Islam tentang Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 147-162.
- Quinton, S., Canhoto, A., Molinillo, S., Pera, R., & Budhathoki, T. (2018). Conceptualising A Digital Orientation: Antecedents Of Supporting SME Performance In The Digital Economy. *Journal Of Strategic Marketing*, 26(5), 427-439.
- Raharjo, O. D. T. (2017). *Hubungan Program Spiritual Religiusitas Dengan Depresi Lansia Di Unit Pelayanan Sosial Lanjut Usia Wiloso Wredho Purworejo* (Doctoral Dissertation, Stikes Muhammadiyah Gombong).
- Riyanti, B. P. D. (2019). *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- Rosnaini, R. (2019). *Hubungan Pengawasan Dengan Efektivitas Kerja Pegawai di Kementerian Agama Kota Padang Panjang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Sari, N. A. (2019). *Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM Di Kota Makassar* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Satirionugroho, B., & Wobowo, A. (2024). Analisis Efektivitas Penggunaan Akun Marketplace dalam Meningkatkan Omset Penjualan UMKM di Surakarta: Pendekatan Uji Beda Dua Mean. *Economics And Business Management Journal (EBMJ)*, 3(01), 355-362.
- Setiawan, A. B. (2018). Revolusi bisnis berbasis platform sebagai penggerak ekonomi digital di Indonesia. *Masyarakat Telematika Dan Informasi: Jurnal Penelitian Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 9(1), 61.
- Setiawan, M. A., & Maghfirah, I. S. (2021). Efektivitas aplikasi zoom dalam proses pembelajaran matematika: The effectiveness of the zoom application in the mathematics learning process. *Bitnet: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 6(1), 33-37.
- Sholikan, S., Susanti, E., & Pratikto, H. (2021). Strategi Penguatan Daya Saing UMKM Dimasa Pandemi COVID-19. *Jurnal Karinov*, 4(2), 129-135.
- Singh, P. 2017. Impact Of Digital On Small and Medium Enterprises In India. *PARIPEX – Indian. Jurnal Of Reseach*, 6(4) : 468-469.
- Solang, F., Kaawoan, J., & Sumampouw, I. (2019). Strategi Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah

- Masyarakat Di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Eksekutif*, 3(3).
- Steers, R. M. (1985). Efektivitas organisasi . Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. 2018. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : CV Alfabeta.
- Syikin, N. (2021). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Kuliner Di Kecamatan Rappocini. *Economics Bosowa*, 6(005), 219-230.
- Tamimi, S. (2022). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha Coffee Shop Di Kecamatan Medan Johor* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Tirtayasa, S., Nadra, I., & Khair, H. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM dimoderasi Teknologi pada masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 244-259.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- Urfaini Aghniya, F., & Ratna Komala, A. (2022). Lebarkan Sayap Penjualan Melalui Marketplace. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting (JEMBA)*.
- Wibowo, M. (2021). *Pengaruh Karakteristik Wirausaha Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Kuliner Di Tanah Mas Semarang* (Doctoral dissertation, Universitas Katholik Soegijapranata Semarang).
- Widodo, S., & Ovita, A. (2021). Determinan keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Bantul. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 87.