

Efektivitas Media Sosial dan Teknologi Informasi terhadap Perilaku Masyarakat dalam Operasional Transaksi Jual Beli Online

Aditya Ramadhan

Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati, Indonesia

Corresponding author e-mail adityaramadan394@gmail.com

Abstract - This study aims to determine the extent of the development of information technology on people's consumptive behavior in online buying and selling transactions. Using the library research method through a qualitative approach can find a result. the development of the digital economy in Indonesia has created breakthroughs in business-to-business and business-to-customer interactions. However, there are obstacles in online business practices such as the availability of goods to be sold being the main obstacle for sellers. In addition, a person's consumptive behavior can be caused by a lack of understanding to be able to distinguish between needs and wants. Therefore, the importance of economic literacy for a person is to reduce a person's consumptive behavior which has a negative impact.

Keywords: *Buying and Selling, Information Technology, Social Media.*

Abstrak – Kajian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan teknologi informasi terhadap perilaku konsumtif masyarakat dalam transaksi jual beli online. Dengan menggunakan metode library research melalui pendekatan kualitatif dapat menemukan suatu hasil. perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah menciptakan terobosan baru dalam interaksi bisnis ke bisnis dan bisnis ke pelanggan. Namun, terdapat kendala dalam praktik bisnis online seperti ketersediaan barang yang harus dijual menjadi kendala utama bagi para penjual. Selain itu, perilaku konsumtif seseorang dapat disebabkan karena kurangnya pemahaman untuk dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, pentingnya literasi ekonomi bagi seseorang adalah untuk mengurangi perilaku konsumtif seseorang yang berdampak negatif.

Kata Kunci: Jual Beli, Media Sosial, Teknologi Informasi.

I. PENDAHULUAN

Teknologi informasi saat ini adalah suatu hal sangat penting dan memiliki urgensi beserta intensitas kebutuhan dalam kehidupan manusia, baik dalam proses bisnis manajemen maupun dalam kehidupan sehari-hari (Fauzi, Harto, & dkk, 2023). Pemanfaatan teknologi sangat mendukung tujuan penyelenggaraan pendidikan sehingga harus diperhatikan efisiensi penggunaan sumber daya dan pengelolaan risiko (Fiqri & Sutabri, 2023). Menggunakan TIK untuk memberikan layanan kepada warga secara efisien adalah hal penting di mana teknologi digital dapat membuat perbedaan dalam menghasilkan keuntungan yang luas (Sudirman, 2023). Penggunaan TI juga membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Namun, penggunaan TI dalam bisnis tidak selalu memberikan dampak yang positif. Beberapa perusahaan mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan TI karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknologi diantara karyawan, biaya yang tinggi, dan masalah keamanan data (Anggraeni & Maulani, 2023).

Orientasi pemanfaatan teknologi informasi seharusnya adalah pada pelayanan yang sejalan dengan visi dan misi organisasi. Pada kenyataannya, teknologi informasi tidak hanya sebatas penerapan saja, melainkan harus juga ada manajemen layanan teknologi informasi yang berfungsi menjadi panduan untuk menyelaraskan teknologi informasi dengan tujuan organisasi agar mampu memberikan nilai tambah (Putri & Sutabri, 2023). Pada era teknologikini semakin hari semakin ter-update dengan sangat cepat perubahannya, sehingga dapat mempermudah kegiatan manusia di dunia dalam melakukan berbagai macam aktifitas diberbagai pekerjaan. Dalam aksi penjualan atau *marketing* tugas teknologi saat ini sangatlah penting serta vital, karena itu dapat melakukan pengecekan ketersediaan stok, mengetahui keinginan konsumen, segmentasi pasar, dsb (Ranius, Sutabri, & Ranius, 2023).

Pemanfaatan teknologi informasi dalam suatu organisasi atau perusahaan dapat berupa penggunaan komputer, internet, dan perangkat lunak. Komputer adalah perangkat yang umumnya sudah digunakan oleh perusahaan dalam pengolahan data, dengan adanya komputer diharapkan proses dalam pengolahan data perusahaan menjadi lebih efektif dan lebih hemat dari segi biaya. Di dukung dengan jaringan internet, maka selain pengolahan datanya menjadi lebih cepat penyampaian informasinya juga menjadi jauh lebih efisien (Hakim & Handayani, 2023). Di Indonesia, pengguna ponsel mencapai 125%, pengguna internet mencapai hampir 73,7%, dan pengguna media sosial aktif mencapai lebih dari 61,8% pengguna. Pengguna internet tersebut kebanyakan melakukan aktivitas dengan memainkan handpone, menonton tv, bermain game online, dan juga selalu aktif di media sosial. Di satu sisi, *e-commerce* menyumbang sebagian besar dari semua penjualan online, dengan 68,95% penjualan ditujukan kepada konsumen dan bisnis yang menjual kepada agen dan konsumen membuat 29,96% sisanya. Namun, penjualan ke agen dan bisnis lain hanya menyumbang 1,09% dari semua penjualan online (Asnawi, 2022).

Teknologi informasi dan komunikasi telah diterapkan dalam pengelolaan institusi pendidikan tinggi dalam berbagai hal dan menunjukkan bahwa aplikasinya dapat memberikan dampak positif. Institusi pendidikan tinggi biasanya membuat program yang terintegrasi yang memudahkan bagi karyawan, dosen hingga mahasiswa. Biasanya program ini secara umum dibedakan menjadi sistem manajemen dan sistem akademik (Mesiono, Handoko, & dkk, 2023). Perkembangan dunia sistem informasi merupakan salah satu contoh perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang mengalami kemajuan pesat. Sistem Informasi merupakan sekumpulan komponen informasi yang saling terintegrasi untuk menghasilkan tujuan yang spesifik. Komponen yang dimaksud diantaranya komponen Input model, output, teknologi database, dan komponen pengendali. hampir tidak ada keterbatasan antara ruang dan waktu sehubungan dengan teknologi sistem informasi tersebut, terutama perkembangan Internet, intranet maupun ekstranet (Oktaviana, Br. Aritonang, & br Sembiring, 2023).

Penerapan teknologi informasi dalam birokrasi juga dapat membantu meningkatkan pelayanan publik. Dalam era revolusi industri 4.0, pemerintah dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk pengembangan pelayanan publik berbasis *e-government*. Penggunaan TIK dalam pemerintahan dapat mempercepat proses pembangunan, meningkatkan efisiensi, transmisi informasi yang cepat, dan jangkauan yang luas (Mirza, Suryani, & dkk, 2023). Dalam kompetisi dan era persaingan global yang saat ini semakin ketat dan berkembang, teknologi informasi memiliki pengaruh besar dalam segala bidang. Oleh karena itu, Sekolah Tinggi dan Universitas harus mampu menciptakan terobosan dan inovasi baru serta mengoptimalkan seluruh sarana dan ketersediaan teknologi untuk dapat bersaing. Disamping itu, keberhasilan dapat dicapai bila organisasi dapat menerapkan prinsip-prinsip manajerial modern yang relevan dengan kondisi saat ini. Oleh sebab itu, meskipun Perguruan Tinggi bukan hanya murni organisasi bisnis, namun tetap bertanggungjawab terhadap indikator keberhasilan yaitu mencetak lulusan alumni yang memiliki daya saing tinggi dan handal (Priambodo & S. Suroso, 2023).

Adanya internet membuat kegiatan manusia mulai berubah dari yang awalnya harus bertatap muka menjadi online atau daring. Fenomena komunikasi secara online akhirnya berdampak dengan banyaknya muncul *platform* jual beli online yang dapat memberikan kemudahan kepada para pegiat belanja online terutama generasi Z. Kemudahan dalam hal melakukan transaksi jual beli memberikan dampak positif baik bagi penjual maupun konsumen. Bagi penjual sisi positifnya adalah di bidang pemasaran, sebelumnya teknik pemasaran penjual adalah konvensional berubah menjadi digital dengan bermodalkan gambar atau foto dari produk yang dijual. Bagi konsumen sisi positifnya menghemat pengeluaran biaya transportasi untuk tidak keluar dari dalam rumah (Ramadhan R. F., 2023). Dalam praktik bisnis online tersebut, ada beberapa kendala

yang dapat terjadi, diantaranya adalah penyediaan barang-barang yang harus dijual menjadi kendala utama yang dialami bagi para penjual. Ketersediaan barang-barang ini jelas membutuhkan modal. Modal yang cukup besar inilah yang terkadang menjadi masalah cukup serius bagi pebisnis dengan modal kecil (Amalia, 2023).

II. METODE

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian berbasis perpustakaan atau *library research*. Metode ini akan melibatkan penelusuran dan analisis terhadap sumber-sumber literatur dan dokumen terkait yang relevan dengan topik penelitian, seperti artikel ilmiah, jurnal, buku, dokumen fatwa, dan publikasi lainnya yang berkaitan dengan jual beli online dan pemanfaatan teknologi informasi.

Proses penelusuran akan dilakukan dengan menggunakan basis data akademik dan perpustakaan digital yang terpercaya, seperti jurnal-jurnal ilmiah online, repositori institusi, dan platform penelusuran artikel seperti Google Scholar. Kata kunci yang relevan akan digunakan untuk mengoptimalkan hasil penelusuran.

Sumber-sumber literatur yang relevan akan dikumpulkan dan diverifikasi keabsahannya. Kemudian, dokumen-dokumen tersebut akan dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi konsep, prinsip, dan dijadikan pedoman.

Selama proses analisis, data dan informasi yang ditemukan akan disusun secara sistematis dan disintesis untuk membentuk argumen dan pemahaman yang komprehensif tentang analisis tersebut. Hasil analisis ini akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memberikan wawasan yang mendalam mengenai perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli online. (Ramadhan, 2023).

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Perkembangan Ekonomi Digital Mengenai Perilaku UMKM Pengguna Media Sosial Dalam Melakukan Promosi

Mengikuti perkembangan ekonomi digital di Indonesia, beberapa sektor memiliki potensi untuk mendorong perekonomian. Pertama, sektor keuangan. Sektor keuangan merupakan salah satu yang paling tahan terhadap kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Industri perbankan merupakan salah satu industri yang mengutamakan pemanfaatan teknologi, informasi dan komunikasi untuk melayani nasabah. Perbankan SMS, perbankan seluler, perbankan online (Rahayu, Supriyono, & dkk, 2023). Perkembangan digitalisasi telah menciptakan terobosan baru di bidang ekonomi, yaitu dalam interaksi bisnis ke bisnis, bisnis ke pelanggan. Persaingan UMKM yang semakin ketat dalam hal Ekonomi Digital sudah menjadi nyata dengan semakin berkembangnya teknologi, oleh sebab itu para UMKM harus benar-benar memperhatikan fenomena tersebut serta mengetahui dan menguasai digital marketing yang berhubungan dengan Ekonomi Digital. Digitalisasi membuat pengusaha lebih mudah memperkenalkan merek dan memasarkan produknya. Jika dulu sulit mencari pemasok, kini hampir semua barang mudah ditemukan di platform perdagangan elektronik (Sunarta, 2023).

Kaitan pilar berikutnya adalah pengembangan perjanjian yang kredibel dan adaptif, perjanjian yang kredibel dan tambahan harus memuat ketentuan yang mengutamakan hasil dan dapat mempertimbangkan karakteristik dan kompleksitas bank serta menyelaraskan ketentuan untuk pengembangan. berdasarkan best practice dan standar internasional, kemudian mengimplementasikan peningkatan kapasitas SDM (Khoiriah & Nasution, 2023). Transformasi sedang terjadi di negara di mana vendor online sebagian besar awalnya beroperasi berdasarkan *cash-on-delivery* (COD). Sebelumnya, menurut Reserve Bank of India, kartu kredit atau PayPal jarang digunakan; sekitar 90% dari semua transaksi moneter di India adalah dalam bentuk tunai. Bahkan, Amazon sempat melokalisasi pendekatannya di India untuk menawarkan layanan COD (Junaedi, Supriyatna, & Arsyad, 2023).

Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan dan kesadaran digital tidak hanya melibatkan aspek psikis seseorang, tetapi dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang beragam. Tingkat kesesuaian literasi ekonomi,

kesadaran digital, dan literasi keuangan sangat tergantung pada bagaimana perilaku dan keputusan manajemen keuangan di era ekonomi digital dipengaruhi. Dalam praktiknya, perilaku keuangan, pemahaman ekonomi, kemampuan menyelesaikan kejadian, dan menentukan yang tepat dalam konteks pasar dan konsumen yang penuh dengan opsi pilihan menjadi sangat penting. Selain aspek pengetahuan kognitif, aspek kecerdasan emosional juga memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas terhadap produk atau layanan, termasuk dalam konteks pemilihan karir dan pekerjaan yang memenuhi ekspektasi individu sebagai bagian dari motivasinya (Anam & Setyawan, 2023).

Marketplace menawarkan UMKM untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan mereka. Dengan terhubung dengan pembeli dan menerima umpan balik atas penawaran mereka, UMKM dapat lebih memahami kebutuhan audiens mereka dan menyesuaikan produk mereka agar sesuai dengan permintaan tersebut. Keterlibatan langsung ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan produk dan layanan mereka untuk memenuhi harapan pelanggan (SAPUTRI, BERLIANA, & NASRIDA, 2023). Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrumen untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah (Tanjung, Wahyudi, & Nurlis, 2023).

Pengaruh Media Sosial dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat

Perilaku konsumtif seseorang dapat disebabkan karena kurangnya pemahaman untuk dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Gaya hidup hanya mengikuti trendi yang lebih mementingkan keinginan tanpa memikirkan kebutuhan akan mendorong tingkat konsumtifitas seseorang menjadi lebih tinggi. Mahasiswa mempunyai kecenderungan dalam mengikuti mode fashion pergaulan yang trendi. Pentingnya literasi ekonomi bagi seseorang adalah untuk mengurangi perilaku konsumtif seseorang yang berdampak negatif yaitu pemborosan pembelian, menjadi penghambat untuk berinvestasi dan cenderung tidak mementingkan kebutuhan di masa akan datang menyatakan bahwa ruang lingkup literasi ekonomi sangat luas karena berhubungan dengan kemampuan untuk menganalisis, mengidentifikasi, dan mencermati masalah ekonomi, kemungkinan alternatif, biaya, dan manfaat menganalisis pendapatan, mengidentifikasi kemungkinan resiko dari tidak stabilnya kondisi ekonomi, dan mempertimbangkan biaya manfaat (Ismawan & Pamungkas, 2023).

Dengan kata lain kontribusi konsep diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 9,7 %. Adapun sisanya sebesar 90,3 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Konsep diri selain berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang, juga dapat berpengaruh terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa. Hal ini seperti penelitian Irawan diperoleh nilai *R Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,048 yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk antara konsep diri dengan komunikasi interpersonal mahasiswa, yang berarti bahwa konsep diri memiliki pengaruh kontribusi sebesar 4,8% terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa (Luas, Irawan, & Windrawanto, 2023).

Dengan kemajuan teknologi yang cepat muncul kebutuhan penting untuk barang-barang kecantikan, yang berdampak pada perilaku masyarakat karena budaya praktis. Dalam situasi di mana uang memegang peranan penting dalam kehidupan seseorang. Kesulitan keuangan tidak hanya dialami oleh orang yang sudah menikah; Bahkan, anggota usia milenial, khususnya generasi Zrentan terhadap mereka. Selalu ada harga yang perlu dibayar untuk segala komoditas atau layanan yang diterima. Harga adalah nilai suatu barang yang dijual dan menentukan apakah konsumen akan menerima harga tersebut atau tidak. Ini mengharuskan terjadinya penawaran; saat harga naik, daya beli pelanggan menurun, tetapi saat harga turun, daya beli meningkat. Kemudian godaan untuk membeli barang yaitu adanya promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan yaitu untuk menaikkan jumlah penjualan dalam jangka pendek bisnis melalui pembuatan citra yang menarik dan kegiatan lain untuk mempromosikan pembelian impulsif. Manfaat lain dari waktu ke waktu adalah mendorong orang untuk mencoba produk atau layanan untuk mengubah mereka menjadi pelanggan tetap dan membina hubungan dengan bisnis (Kurniawan, 2023).

Perilaku konsumtif akan tampak karena mereka ingin menunjukkan dan mengikuti trend yang sedang meluas, mengikuti fashion temannya, serta menginginkan perbedaan dengan teman lainnya, dan tidak pernah puas

dengan semua yang dimilikinya. Perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan mahasiswa merupakan fenomena pada saat ini. Salah satu faktor yang memicu perilaku konsumtif yaitu tingkat pendapatan orang tua. Apabila pendapatan orang tua tinggi, maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Lain halnya bila pendapatan orang tua rendah maka tingkat konsumtif akan rendah (Febianti, Umaroh, & Rusdiyana, 2023).

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian materi diatas dapat disimpulkan bahwa perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah menciptakan terobosan baru dalam interaksi bisnis ke bisnis dan bisnis ke pelanggan. Namun, terdapat kendala dalam praktik bisnis online seperti ketersediaan barang yang harus dijual menjadi kendala utama bagi para penjual. Selain itu, perilaku konsumtif seseorang dapat disebabkan karena kurangnya pemahaman untuk dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, pentingnya literasi ekonomi bagi seseorang adalah untuk mengurangi perilaku konsumtif seseorang yang berdampak negatif.

REFERENSI

- Amalia, A. (2023). Jual Beli Dengan Menggunakan Sistem Dropshipping Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Attanmiah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(1), 155.
- Anam, K., & Setyawan, S. (2023). Analisis Perilaku Manajemen keuangan Generasi milenial : Perspektif Literasi Keuangan, Literasi Ekonomi, Dan Kesadaran Digital. *Akuntansi '45*, 4(1), 19.
- Anggraeni, R., & Maulani, I. E. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Sosial Dan Teknologi (Sostech)*, 3(2), 95.
- Fauzi, A. A., Harto, B., & Dkk. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. Jambi: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Febianti, Y. N., Umaroh, & Rusdiyana. (2023). Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Mobile Banking Dan Kondisi Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Fkip Ugi Cirebon. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 11(1), 83.
- Fiqri, A. M., & Sutabri, T. (2023). Analisis Manajemen Layanan E -Learning berbasis Teknologi Informasi Menggunakan Framework Itil Versi 3 Pada Smk Muhammadiyah 1 Palembang. *Indonesian Journal Of Multidisciplinary On Social And Technology*, 1(1), 74.
- Hakim, A. R., & Handayani, N. (2023). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Keandalan Laporan Keuangan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(4), 2.
- Ismawan, M. B., & Pamungkas, H. P. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Online Shop. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 34.
- Junaedi, D., Supriyatna, R. K., & Arsyad, M. R. (2023). Era Baru Perkembangan Peradaban Ekonomi Digital. *Sci-Tech Journal*, 2(1), 40.
- Khoiriah, Z., & Nasution, M. I. (2023). Perkembangan Perbankan Syariah Di Era Ekonomi Digital. *Economic Reviews Journal*, 2(2), 177.
- Kurniawan, M. Z. (2023). Peran Literasi Keuangan, Harga, Dan Promosi Penjualan Pada Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 8(1), 156.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 6.
- Mesiono, Handoko, & Dkk. (2023). Peran Strategis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Di Stit Al-Ittihadiyah Labuhan Batu Utara. *Journal On Education*, 5(3), 8363.
- Mirza, D., Suryani, L., & Dkk. (2023). Literature Riview: Peran Teknologi Informasi Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Efektivitas Birokrasi. *Jurnal Administrasi Publik & Bisnis*, 5(1), 52.

- Oktaviyana, A., Br. Arintonang, M. M., & Br Sembiring, E. S. (2023). Analisis Dan Pengembangan Sistem Informasi Manajemen. *Circle Archive*, 1(1).
- Priambodo, N. Y., & S. Suroso, J. (2023). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Pada Stie Pertiba Pangkalpinang. *Technomedia Journal (Tmj)*, 7(3), 324.
- Putri, G. B., & Sutabri, T. (2023). Analisis Manajemen Layanan Teknologi Informasi Menggunakan Itilv3 Domain Service Operation Pada Perusahaan Cv. Cemerlang Komputer Palembang. *Indonesian Journal Of Multidisciplinary On Social And Technology*, 1(2), 162.
- Rahayu, N., Supriyono, I. A., & Dkk. (2023). Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital. *Abdi Jurnal*, 4(1), 93.
- Ramadhan, A. (2023). Optimalisasi Literasi Digital Terhadap Generasi Z Dan Merekonstruksi Moral Menuju Pendidikan Berkualitasperspektif Sdgs 2030. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(2), 163.
- Ramadhan, R. F. (2023). Implementasi Dan Analisis Metode Moora Dan Smart Pada Pemilihan Platform Jual Beli Online Menggunakan Decision Support System. *Komputika: Jurnal Sistem Komputer*, 12(1), 64.
- Ranius , M. I., Sutabri, T., & Ranius, A. (2023). Analisis Manajemen Pelayanan Pt.Kai Sebagai Pengguna Pada Aplikasi Kai Access Berbasis Teknologi Informasi Menggunakan Framework Itil Version 3. *Indonesian Journal Of Multidisciplinary On Social And Technology*, 1(2), 135.
- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. (2023). Peran Marketplace Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Indonesia. *Knowledge : Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 71.
- Sudirman, F. A. (2023). Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Dan Sdgs : Review Literatur Sistematis. *Jurnal Ilmu Komunikasi Uho : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 8(2), 274.
- Sunarta, D. A. (2023). Kaum Milenial Di Perkembangan Ekonomi Digital. *Economic And Business Management International Journal*, 5(1), 13.
- Tanjung, P. R., Wahyudi, S. M., & Nurlis. (2023). Dissemination Of Digital Marketing Strategy To Achieve Independence Of Msmes In The Meruya Utara Village, West Jakartasosialisasi Digital Marketing Strategyuntuk Mencapai Kemandirian Pelaku Umkm Di Lingkungan Kelurahan Meruya Utara Jakarta Barat. *Publikasi Kegiatan Abdimas*, 2(1), 28.