

**Implementasi Marketplace
Sentra Batik Madura di Pasar
17 Agustus Pamekasan Untuk
Meningkatkan Pemberdayaan
Ekonomi Masyarakat dan
Daerah**Ubaidi¹, Nindian Puspa Dewi²¹Informatika, Universitas
Madura²Informatika, Universitas
Madura

Article history

Received :

Revised :

Accepted :

*Corresponding author

Email : ubed@unira.ac.id

Abstrak

Pasar 17 Agustus Pamekasan merupakan salah satu pasar terbesar di Pamekasan yang dijadikan sebagai sentra batik tulis Madura. Batik Madura sendiri merupakan salah satu kekayaan budaya Madura. Batik ini juga cukup dikenal di seluruh Indonesia karena memiliki corak yang unik serta warna yang cukup mencolok, sehingga sangat banyak diminati, baik oleh masyarakat lokal maupun dari luar Madura. Oleh karena itu, perlu untuk menerapkan sebuah aplikasi marketplace yang selain berfungsi sebagai media promosi, juga sebagai sistem informasi penjualan. Dengan adanya marketplace dapat meningkatkan penjualan batik Madura karena menjadi marketplace terpusat. Aplikasi Marketplace ini dibuat dengan berbasis web dan mobile sehingga dapat diakses dimana saja dan kapan tanpa harus mengunjungi Pasar 17 Agustus Pamekasan. Metode yang digunakan untuk menerapkan aplikasi ini adalah melakukan riset pasar, mengembangkan aplikasi yang sudah dibuat sebelumnya dan menyesuaikan dengan kebutuhan, ujicoba sistem dan melakukan pelatihan kepada mitra. Luaran yang diperoleh dari pengabdian ini adalah meningkatnya kemampuan mitra dalam melakukan promosi, penjualan dan pencatatan dengan memanfaatkan teknologi serta memperbesar peluang penjualan batik Madura.

Kata Kunci: *Marketplace; Market; Batik; Batik Madura; Pamekasan***Abstract**

Pasar 17 August Pamekasan is one of the biggest markets in Pamekasan which is used as the center of Madura batik. Madura batik itself is one of the cultural richness of Madura. This batik is also well known throughout Indonesia because it has a unique pattern and quite striking colors, so it is very much in demand, both by local people and from outside Madura. Therefore, it is necessary to implement a marketplace application that in addition to functioning as a promotional medium, it is also a sales information system. The existence of a marketplace can increase sales of Madura batik because it is a centralized marketplace. This Marketplace application is made on a web and mobile basis so that it can be accessed anywhere and anytime without having to visit the Pamekasan 17 August Market. The method used to implement this application is conducting market research, developing applications that have been made previously and adjusting to needs, testing the system, and conducting training to partners. The output obtained from this service is the increased ability of partners in promoting, selling, and recording by utilizing technology and increasing sales opportunities for Madura batik.

Keywords: *Marketplace; Market; Batik; Batik Madura; Pamekasan*

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Salah satu kebudayaan Madura yang terkenal selain penghasil garam dan kerapan sapi adalah Batik Madura. Batik Madura adalah batik khas Pulau Madura yang memiliki beragam motif dan corak yang unik. Motifnya dibuat secara tradisional dan menggunakan pewarna alami serta diwariskan secara turun-temurun (Suminto, 2016) motif batik Madura antara lain Motif lancor, Motif poncowarno, Motif serat kayu, Motif serat batu dan Motif mata keteran (Mudjijono, 2016). Ada juga motif yang sesuai dengan keinginan pembuatnya. Pewarnaan batik Madura juga cukup berani, biasanya dominan terdiri dari warna merah, hijau dan kuning.

Salah satu wilayah pembuatan batik Madura adalah di daerah pamekasan. terdapat beberapa desa yang memang mata pencaharian utamanya adalah membuat batik seperti desa klampar dan beberapa dusun di desa larangan badung. Di pamekasan pusat atau sentra penjualan batik Madura ada di Pasar 17 Agustus Pamekasan, yang pada hari minggu dan kamis biasanya banyak sekali penjual batik Madura dari segala daerah di Pamekasan yang menjajakan dagangannya. Bahkan pada bulan oktober 2019, oleh Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Aneka Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, pasar ini dikukuhkan sebagai Pasar Batik Tulis terbesar di Indonesia. Pemilihan Pasar Batik 17 Agustus sebagai pasar batik tulis terbesar di Indonesia karena pasar ini dapat menjaga tradisi batik tulis asli dengan tetap menggunakan pola dan warna yang sesuai ciri khas batik tulis madura. Selain itu karena pasar ini hanya menjual produk-produk asli daerah dan tidak dicampur dengan daerah lainnya di luar kabupaten/kota di Provinsi Jawa Timur.

Permasalahan Mitra

Selain sebagai pasar tradisional, pasar 17 Agustus Pamekasan juga merupakan tempat penjualan hewan dan sebagai sentra batik tulis Madura. Di Pasar ini terdapat 2 hari pasaran yaitu hari minggu dan kamis. Di dua hari ini biasanya banyak sekali para penjual batik tulis menjajakan barang dagangannya lebih daripada hari lainnya. Begitu juga dengan penjual hewan ternak seperti unggas dan kambing juga berjualan di dua hari

tersebut. Penjual hewan ternak ini biasanya berjualan dipinggir jalan besar yang seringkali mengakibatkan kemacetan lalu lintas. Kemacetan ini bahkan hampir menutup akses jalan ke tempat penjualan batik tulis. Hal ini tentu mempersulit pengunjung dan pembeli yang ingin pergi melihat dan berbelanja batik Madura. Selain itu, banyak penjual batik di pasar 17 Agustus yang masih melakukan pencatatan penjualan dengan manual. Selain karena banyak lapak batik di Pasar 17 Agustus yang masih berupa lesehan sehingga kurang memungkinkan untuk menggunakan komputer kasir, juga karena para pelapak kurang memahami bagaimana cara menggunakan komputer. Hal ini mengakibatkan pencatatan stok dan penjualan barang tidak tercatat dan tersimpan dengan rapi.

Batik Madura merupakan salah satu kekayaan budaya Madura. Batik ini juga cukup dikenal di seluruh Indonesia karena memiliki corak yang unik serta warna yang cukup mencolok. Karena itulah akan lebih baik jika bisa memiliki media promosi khusus yang mempromosikan batik tulis Madura, khususnya di sentra batik tulis yang ada di Pasar 17 Agustus Pamekasan. Dengan begitu media promosi tidak lagi terpecah dan berdiri sendiri tergantung dari usaha dan kemampuan masing-masing penjual batik Madura.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu untuk menerapkan sebuah sistem informasi satu pintu yang selain berfungsi sebagai media promosi dan marketplace juga berfungsi sebagai sistem informasi penjualan. sistem yang akan digunakan mengembangkan sistem yang telah dibuat sebelumnya (Ubaidi, 2020) dalam penelitian berjudul "Aplikasi Marketplace Penjualan Batik di Pasar 17 Agustus Pamekasan". Dengan adanya aplikasi ini, diharapkan dapat meningkatkan penjualan batik Madura karena menjadi marketplace terpusat, sehingga memudahkan orang yang ingin mencari dan membeli batik Madura. Aplikasi ini juga dapat membantu pelapak untuk melakukan pencatatan penjualan dan stok barang. Selain berbasis web, Aplikasi ini nantinya juga akan dibuat berbasis mobile untuk pengkasiran yang dapat mencetak nota penjualan dengan printer termal. Dengan begitu menjadi lebih praktis untuk diakses kapan saja dan dimana saja (Turban, 2015).

Metode yang akan digunakan untuk menerapkan aplikasi ini adalah tahap persiapan yaitu melakukan riset pasar, mengembangkan aplikasi yang sudah dibuat sebelumnya untuk menyesuaikan dengan kebutuhan, tahap pelaksanaan berupa pengenalan, pendampingan dan ujicoba penggunaan aplikasi, serta tahap evaluasi yang merupakan pengukuran ketercapaian pelaksanaan pengabdian. Luaran yang diharapkan adalah dapat meningkatkan kemampuan mitra dalam melakukan promosi, penjualan dan pencatatan dengan memanfaatkan teknologi serta memperbesar peluang penjualan batik Madura. Dalam jangka panjang, dapat menjadi aplikasi batik Madura terintegrasi yang mampu mempromosikan batik Madura sebagai salah satu kebudayaan Madura

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara luring selama 6 bulan. Dimulai dari tahap persiapan sampai dengan pelaksanaan pengabdian langsung di Pasar 17 Agustus Pamekasan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dari tanggal 18 Agustus 2021 hingga 15 Oktober 2021. Adapun tahapan dan metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan meliputi tahap perencanaan dan persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

Tahap perencanaan dan persiapan merupakan kegiatan perancangan pengembangan aplikasi marketplace yang akan diimplementasikan. Tahapan ini diawali dengan melakukan observasi lapangan ke pasar 17 Agustus Pamekasan, melakukan wawancara dengan mitra dan pelapak, serta persiapan aplikasi marketplace yang akan digunakan.

Tahap pelaksanaan merupakan implementasi dari solusi yang ditawarkan untuk masalah yang sebelumnya dianalisa. Pentingnya memanfaatkan pengembangan teknologi untuk meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat (Palinggi & Limbongan, 2020) merupakan solusi utama yang ditawarkan. Tahapan ini terdiri dari kegiatan pengenalan dan pendampingan terhadap mitra untuk mempelajari dan memahami penggunaan aplikasi marketplace. Tahap selanjutnya melakukan pengenalan aplikasi marketplace

kepada sejumlah pembeli dan melakukan ujicoba pembelian.

Tahap evaluasi adalah tahapan yang dilakukan pada akhir pengabdian untuk mengevaluasi apakah capaian kegiatan pengabdian dapat terpenuhi. Evaluasi dilakukan melalui wawancara kepada pelapak (mitra/UKM) serta pembeli/calon pembeli Batik Madura di Pasar 17 Agustus Pamekasan.

PEMBAHASAN

Tahap Perencanaan dan Persiapan

Sebelum melaksanakan kegiatan, pengabdian perlu untuk menyusun rencana kegiatan dan persiapan. Rencana kegiatan yang dilakukan pertama adalah menyusun jadwal kegiatan. Seperti yang telah dibahas pada bagian sebelumnya, kegiatan yang dilakukan adalah melakukan observasi lapangan, wawancara dan penyesuaian aplikasi marketplace.

Observasi lapangan dilakukan untuk pengumpulan data dan memastikan jika aplikasi yang dibuat sesuai dengan kondisi dan keadaan di Pasar 17 Agustus Pamekasan. Aplikasi marketplace ini memiliki fitur lokasi lapak untuk memudahkan calon pembeli mencari lokasi pelapak. Tim melakukan penyusunan ulang lokasi kios pelapak dan mencatat perubahan yang terjadi untuk kemudian disesuaikan dengan peta lokasi di aplikasi. Hal yang sangat mencolok adalah sulitnya memasuki area sentra batik karena padatnya Pasar 17 Agustus Pamekasan pada hari pasaran (Gambar 1).



Gambar 1. Kondisi jalan menuju sentra batik

Langkah selanjutnya adalah wawancara. Wawancara dilakukan dengan kepala pasar dan pelapak yang menjadi mitra dalam kegiatan ini. Dalam wawancara bersama kepala pasar, tim

memperoleh data tentang pelapak dan lokasinya serta kondisi pasar khususnya untuk sentra batik. Tim juga memperoleh data tentang kendala pelapak untuk melakukan promosi dan kurangnya kemampuan pelapak dalam penggunaan teknologi. Selain data pelapak dan lokasinya, Tim bersama mitra menentukan jenis corak/motif Batik Madura untuk kemudian ditambahkan ke aplikasi.

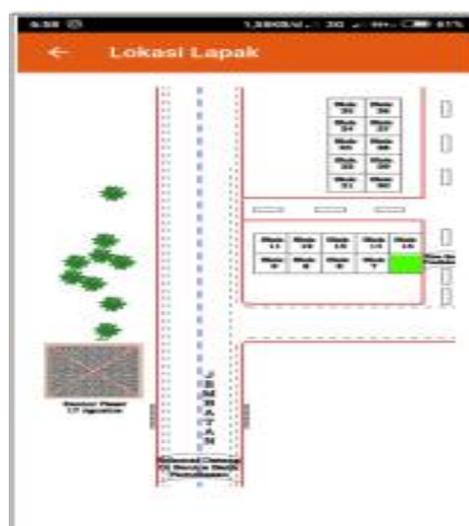
Untuk data pelapak dan alamat kios yang sudah ditempati dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Data Pelapak dan Kios/Blok

<i>Kios / Blok</i>	<i>Nama kios</i>	<i>Pemilik kios / blok</i>
Blok 1	Toko Batik Satu	ANAS MASYURI
Blok 2	Mh. Batik	ABD BASID
Blok 3	Anugrah Batik	H. HALIMI
Blok 4	Ragiel	ABD RAHMAN
Blok 5	Fiki Galery	M. YAHYA
Blok 6	Muzfida Batik	AHMAD MUZAKKI
Blok 7	Madura Batik	ZAHID
Blok 8	Al-Ba Barokah	HOLILI
Blok 9	Sembilan Batik	H. KHOIRUDIN
Blok 10	Wildan Batik Collection	SAFARI
Blok 11	-	-
Blok 12	Irma Jaya	H. ABD ROSYID
Blok 13	Yulia	HOLIL
Blok 14	An Nur	H. SYUKRON
Blok 15	-	-
Blok 16	Al-Hidayah	H. ABD MANNAN
Blok 17	Ismail Batik	H. ISMAIL
Blok 18	Zain Batik	AHMAD JAUHARI
Blok 19	Hazanuddin Batik	ZAINUDIN
Blok 20	Kertana Batik	AGUS SALIM
Blok 21	Bahwi Batik	BAHUI A FATAH
Blok 22	Cahaya Batik	HUSNAN
Blok 23	Arek Madura Batik	MASKUR
Blok 24	Hamdani Batik	AMIRUDIN

Blok 25	Batik Madura Dua Lima	KH. SHOLEH SYAFII
Blok 26	Kenangan Batik	H.ROFIK
Blok 27	-	-
Blok 28	Kanjeng Batik	M. HADURI HADI
Blok 29	Al-Amin	ABD. SYUKUR
Blok 30	Ceria Batik	H. ROFIH
Blok 31	Cempaka Batik Tulis	K.MUZAMMIL
Blok 32	Melati	HASBULLAH
Blok 33	Barokah	H.BAHRAWI
Blok 34	UD.Sahabat	H.AHMAD
Blok 35	EL-Barokah	SAMHAJI
Blok 36	Ashari Batik Aszaitun	H. MASHORI
Blok 37	Pengrajin Batik	H. ZAINAL ABIDIN
Blok 38	Helmi Batik	H. HELMY
Blok 39	Asmara Batik	H. VADIL
Blok 40	Al-Muzaif	H. AZIZ

Setelah semua data terkumpul, Tim kemudian melakukan penyesuaian aplikasi marketplace. Antara lain penyesuaian gambar lokasi pelapak agar sesuai dengan kondisi saat ini (Gambar 2). Pemberian tanda dari lokasi pelapak dapat memudahkan calon pembeli untuk langsung menemukan lokasi los/blok pelapak.

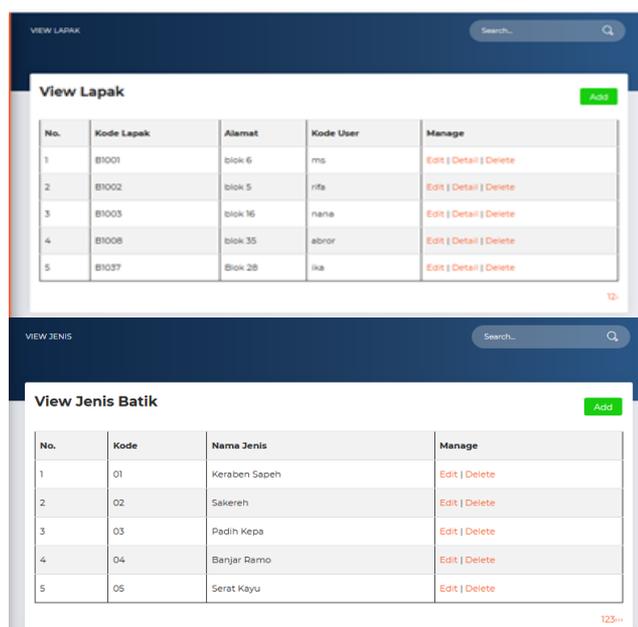


Gambar 2. Halaman Lokasi Pelapak

Tim juga menyempurnakan fitur whatsapp untuk memudahkan komunikasi calon pembeli dengan pelapak. Melakukan penyesuaian database dengan kebutuhan penyimpanan data pada aplikasi marketplace (Septianto, 2018)

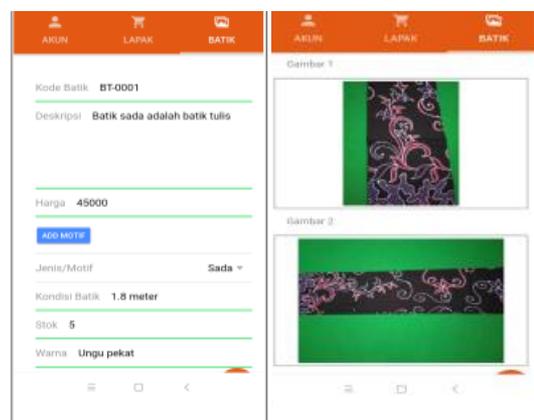
Tahap Pelaksanaan

Setelah aplikasi Marketplace Pasar 17 Agustus Pamekasan siap diuji coba, maka langkah selanjutnya adalah melakukan implementasi langsung ke mitra. Skenario implementasi adalah dengan meminta mitra (kepala pasar) untuk mencoba memasukkan data pelapak dan data jenis batik (Gambar 3)



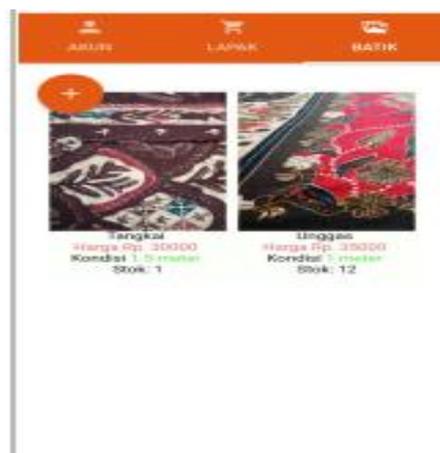
Gambar 3. Tampilan data lapak dan jenis batik

Setelah melakukan input data pelapak dan dan jenis batik, maka aplikasi ini siap di ujicoba kepada pelapak dan calon pembeli/pembeli batik di Sentra Batik Pasar 17 Agustus Pamekasan. Sebelum melakukan ujicoba, tim melakukan pertemuan dengan sejumlah pelapak untuk melakukan pendampingan cara menggunakan aplikasi marketplace.



Gambar 4. Hasil implementasi oleh pelapak (1)

Data-data yang harus diisi ketika menambahkan data batik yaitu seperti kode batik, deskripsi, harga, jenis/motif, kondisi batik, stok, warna, dan gambar batiknya. Untuk setiap pelapak melakukan proses penambahan data batik sebanyak 2 batik. Ada 3 pelapak yang diundang dalam kegiatan ini, yaitu Musekki, Rifa dan Munawarah. Gambar 4 sampai Gambar 5 menunjukkan hasil penambahan data batik oleh Pelapak.



Gambar 5. Hasil implementasi oleh pelapak (2)

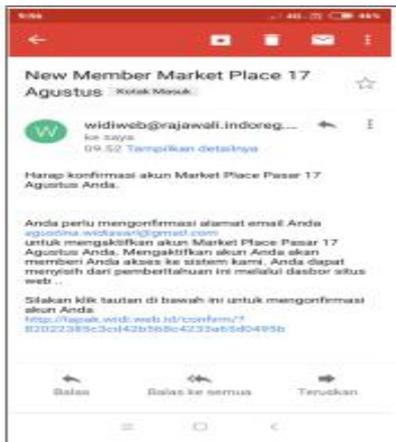
Setelah itu Tim mengajak sejumlah calon pembeli untuk menggunakan aplikasi marketplace ini. Untuk menggunakan aplikasi ini, calon pembeli harus melakukan registrasi. Pada halaman Registrasi, calon pembeli harus membuat sebuah akun baru agar bisa melakukan autentifikasi administrator. Uji coba yang dilakukan yaitu menginputkan 2 calon pembeli untuk melakukan registrasi, salah satu dari calon pembeli yang melakukan registrasi yaitu calon pembeli yang

bernama azzahra. Gambar 6 menunjukkan hasil uji coba registrasi.



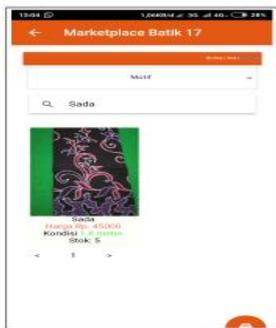
Gambar 6. Registrasi calon pembeli

Setelah pembeli melakukan pendaftaran, langkah selanjutnya yaitu pembeli melakukan konfirmasi akun yang telah dikirim ke email pembeli (Gambar 7).



Gambar 7. Konfirmasi akun melalui email

Setelah konfirmasi akun maka calon pembeli bisa melakukan login. Sampai pada tahapan ini ibu kemudian bisa melakukan login dan ujicoba pembelian. Proses yang dilakukan adalah mencoba mencari motif batik yang diinginkan dan menemukan lokasi pelapak melalui aplikasi (Gambar 8).



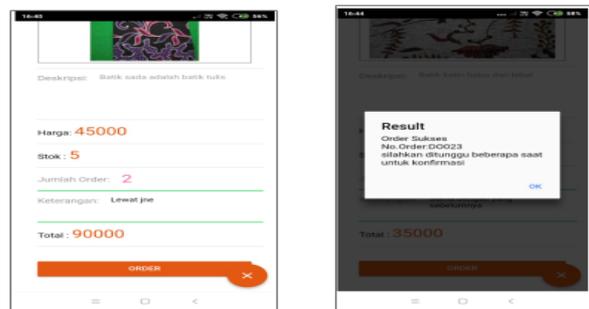
Gambar 8. Hasil Pencarian Batik dan lokasi pelapak

Selanjutnya pembeli diminta untuk mencoba menghubungi pelapak dengan fitur whatsapp (Gambar 9).



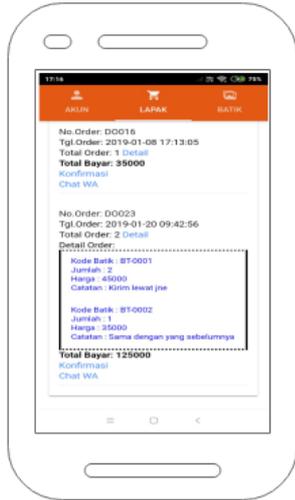
Gambar 9. Hasil Implementasi Fitur Whatsapp

Bagian paling penting selanjutnya adalah mengajarkan calon pembeli melakukan transaksi. Untuk melakukan transaksi calon pembeli cukup menekan tombol order seperti pada Gambar 8. Tampilan ujicoba oleh calon pembeli dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Hasil Implementasi Order Batik

Setelah menerima order dari pembeli, pelapak atau penjual dapat melakukan konfirmasi atas barang yang telah diorder oleh pembeli agar nantinya pembeli dapat mengupload bukti pembayaran. Untuk tampilan konfirmasi order dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Setelah melakukan order batik, pembeli harus menunggu konfirmasi terlebih dahulu dari pelapak. Setelah berhasil dikonfirmasi oleh pelapak, pembeli dapat melakukan pembayaran dan upload bukti pembayaran digunakan untuk menunjukkan bahwa pembeli telah melunasi pembayaran. Pelapak juga harus melakukan validasi pembayaran ketika pembeli telah mengupload bukti pembayaran dari batik yang telah diorder.

Tahap Evaluasi

Setelah melakukan pendampingan dan ujicoba untuk implementasi Aplikasi Marketplace Pasar 17 Agustus Pamekasan, Tim melakukan evaluasi untuk menemukan perbandingan sebelum adanya aplikasi dan setelah menggunakan aplikasi marketplace penjualan batik di pasar 17 Agustus Pamekasan.

Tabel 2. sebelum adanya aplikasi

Pelaku	Jenis proses			
	Pencarian batik	Order batik	Transaksi	Pencarian lokasi lapak
Rifa pelapak			√	
Rika pembeli	√			

Munawarah pelapak		√		
Rina pembeli				√

Tabel 2 menjelaskan tentang jenis-jenis proses yang dilakukan oleh pelapak atau penjual dan pembeli sebelum adanya aplikasi marketplace penjualan batik di pasar 17 Agustus Pamekasan berbasis mobile. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.

Menurut Rifa, sebelum adanya aplikasi, dia hanya bisa melakukan transaksi penjualan jika berjualan langsung di pasar. Begitu juga menurut Munawarah, pembeli melakukan order batik dengan cara langsung datang ke pasar atau bisa saja order melalui via telfon/SMS/WA namun hanya bagi yang kenal saja. Dari sisi pembeli, Rika mengungkapkan ketika belum adanya aplikasi, bahwa dia membutuhkan waktu sekitar 25 menit bahkan lebih untuk mencari batik yang diinginkan, bahkan terkadang masih tidak menemukan batik sesuai yang diinginkan. Ada juga jenis pembeli yang sudah mengenal pelapak, seperti Reni, yang sudah memiliki petunjuk pelapak yang ingin dikunjungi namun untuk melakukan pencarian lokasi lapak yang menjual batik yang diinginkan dia harus mendatangi satu per satu lapak yang ada di pasar 17 Agustus Pamekasan.

Adapun komentar dari beberapa pembeli dan pelapak setelah menggunakan aplikasi marketplace penjualan batik di pasar 17 Agustus Pamekasan adalah sebagai berikut :

1. Pelapak

a. Munawarah

Komentar : Aplikasi ini dapat memperluas jangkauan penjualan. Dengan aplikasi ini, calon bisa menghubungi pelapak melalui media Whatsapp tanpa harus kenal terlebih dahulu. Transaksi juga bisa dilakukan tanpa harus ke pasar.

b. Rifa

Komentar : Dengan adanya aplikasi marketplace penjualan batik ini memungkinkan pelapak tetap bisa berjualan sekalipun berhalangan/tidak pergi atau berjualan ke pasar.

2. Pembeli

a. Rina

Komentar : Kemudahan untuk mencari motif dan jenis batik yang diinginkan.

b. Rika

Komentar : Aplikasi ini dapat membantu calon pembeli ketika ingin mencari batik yang diinginkan tanpa harus pergi ke pasar. Selain itu dengan aplikasi ini dapat lebih cepat untuk melakukan proses pencarian batik yang diinginkan dan bisa berkomunikasi dengan pelapak melalui media pesan whatsapp

Selain melakukan wawancara, pengujian juga dilakukan dengan menggunakan System Usability Scale (SUS) dengan 10 responden yang terdiri dari 1 admin pasar, 3 pelapak dan 6 pengunjung/pembeli. Ada 10 instrumen pertanyaan dalam SUS dengan rentang jawaban 1 sampai dengan 5 (Baxter, 2006). Setelah dilakukan pencatatan semua jawaban, langkah selanjutnya adalah melakukan perhitungan dengan aturan sebagai berikut [19] :

1. Untuk nomor pertanyaan ganjil, skor pertanyaan dari skor pengguna dikurangi dengan 1 (X-1).
2. Untuk nomer pertanyaan genap, skor akhir didapat dari nilai 5 dikurangi skor pertanyaan yang didapat dari pengguna (5-X).

Jumlahkan semua perolehan skor kemudian dikalikan dengan 2,5. Nilai ini ada skor akhir dari SUS. Adapun untuk kegiatan ini, hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Dari rerata skor perhitungan SUS, maka rentang nilai pengujian (Dewi, 2019) termasuk dalam Grade B yaitu layak untuk digunakan. Setelah dilakukan evaluasi dari jawaban koresponden, responden dari pelapak cenderung lebih mengalami kesulitan daripada pengunjung/penjual. Hal ini karena mereka rata-rata tidak terbiasa menggunakan aplikasi mobile seperti halnya pengunjung/penjual yang sudah terbiasa menggunakan marketplace.

KESIMPULAN

Aplikasi marketplace dapat membantu para pelapak batik di Sentra Batik Pasar 17 Agustus

Pamekasan untuk melakukan promosi dan transaksi penjualan ke masyarakat luas yang tidak dapat mengunjungi pasar secara langsung. Kendala utama yang dihadapi adalah masih banyaknya pelapak yang belum terlalu bisa menggunakan smartphone. Hal ini karena mereka hanya bergantung pada pembeli yang langsung datang ke pasar atau menghubungi mereka secara langsung. Sehingga mereka masih merasa kerepotan saat harus melakukan manajemen data batik yang bisa mereka jual. Namun tidak sedikit juga pelapak khususnya yang sudah terbiasa menggunakan media sosial sangat antusias dengan adanya aplikasi ini. Begitu juga dengan para pembeli, yang beranggapan dengan aplikasi ini pembeli dapat dengan mudah menemukan batik yang mereka cari tanpa harus berdesak-desakan untuk pergi ke pasar.

Marketplace ini belum bisa menangani konfirmasi pembayaran otomatis, sehingga pembeli harus melakukan upload bukti pembayaran dan pelapak harus melakukan pengecekan. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan fasilitas konfirmasi pembayaran secara otomatis. Selain itu dapat ditambah fasilitas jasa pengiriman sehingga memudahkan perhitungan ongkos kirim jika pembeli berasal dari luar kota.

<i>R</i>	<i>q</i> <i>1</i>	<i>q</i> <i>2</i>	<i>q</i> <i>3</i>	<i>q</i> <i>4</i>	...	<i>q</i> <i>0</i>	<i>Skor</i>
1	4	2	3	2	...	1	80,0
2	3	2	4	3	...	3	70,0
3	5	3	4	2	...	2	70,0
4	4	2	3	1	...	1	80,0
5	3	2	4	2	...	2	75,0
6	5	3	3	3	...	3	65,0
7	4	1	5	2	...	2	85,0
8	4	1	3	2	...	2	75,0
9	3	1	4	3	...	2	77,5
10	4	2	5	3	...	2	75,0
Rerata Skor							75,3

DAFTAR PUSTAKA

- Baxter, R. (2006). Software engineering is software engineering.
- Dewi, N. P., & Listiowarni, I. (2019). Implementasi Game Based Learning pada Pembelajaran Bahasa Inggris. *J. RESTI (Rekayasa Sist. dan Teknol. Informasi)*, 3(2), 124–130.
- Mudjijono. (2016). Lancor hingga Mata Keteran (Motif Batik Madura). *Jantra: Jurnal Sejarah Budaya*, 11(2) pp.169-180.
- Palinggi, S., & Limbongan, E.C. (2020). Pengaruh Internet Terhadap Industri E-Commerce dan Regulasi Perlindungan Data Pribadi Pelanggan di Indonesia. *Semin. Nas. Ris. dan Teknol.* 4(1), 225–232.
- Septianto, M., Gumilang, S. F. S., & Al Anshary F. M. (2018). Perancangan Dan Pengembangan Marketplace Jual Beli Buku Bekas Pada Startup Gebbuk Berbasis Mobile. *e-Proceeding Eng.*, 5(2), 3335–3345.
- Suminto, R.A.S. (2015). Batik Madura: Menilik Ciri Khas dan Makna Filosofinya. *CORAK Jurnal Seni Kriya*, 4(1) 1-12.
- Turban, E. & King, J., Lee, K., Liang, T.P., & Turban D. C. (2015). *Electronic Commerce - A Managerial and Social Perspective*.
- Ubaidi, U., & Dewi, N. P. (2020). Aplikasi Marketplace Batik Madura di Sentra Batik Pasar 17 Agustus Pamekasan. *JurTi (Jurnal Teknologi Informasi)*, 4(2), 292-302.