

## ANALISIS PROSES BISNIS ONLINE MARKETPLACE DIFABEL

Vani Nurhafida<sup>1</sup>, Hari Setiaji<sup>2</sup>

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia  
Jalan Kaliurang Km 14, Ngemplak, Sleman, DI Yogyakarta, 55584  
e-mail: [16523175@students.uui.ac.id](mailto:16523175@students.uui.ac.id), [hari.setiaji@uui.ac.id](mailto:hari.setiaji@uui.ac.id)

### ABSTRAK

Di era yang serba online saat ini, persaingan bisnis untuk meningkatkan taraf ekonomi memang sangat ketat. Namun tidak hanya orang normal saja yang dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi informasi ini. Online Marketplace adalah model bisnis dimana sistem yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan produk dan layanan saja, tetapi sekaligus memfasilitasi transaksi uang secara online. Seluruh transaksi online harus difasilitasi oleh sistem yang bersangkutan. UMKM Difabel membutuhkan wadah khusus yang dapat memasarkan produk dan layanan hasil karya mereka. Tidak di pungkiri, bahwa dunia kerja akan merepotkan para penyandang difabel. Hanya sekitar 1-2% yang berhasil menempati dunia kerja, dan itu pun bagi mereka yang memiliki high education. Ini merupakan alasan kuat mengapa UMKM Difabel perlu didorong agar dapat bersaing di bidang ekonomi maupun sosial. Tidak hanya itu, sebab para penyandang difabel memiliki potensi seni dan ekonomi yang patut diperdagangkan. Alur proses bisnis menjadi kunci utama keberhasilan Online Marketplace Difabel. Sehingga dalam makalah ini akan dibahas model proses bisnis yang sesuai untuk Online Marketplace Difabel yang interaktif dan bersifat kontinu.

**Kata Kunci:** Online Marketplace, Difabel, Proses Bisnis.

### 1. PENDAHULUAN

Keterbatasan fisik yang dimiliki para penyandang difabel tidak menghalangi aktivitas keseharian mereka. Tidak sedikit pelatihan yang biasa mereka ikuti, kurang lebih ada tiga puluh organisasi di Yogyakarta yang memberikan program pelatihan ataupun seminar sosialisasi kepada para penyandang difabel untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian. Contoh pelatihan yang diikuti adalah pelatihan menjahit, pelatihan membuat kerajinan tangan dan masih banyak lagi. Berbagai pelatihan tersebut dijadikan peluang bisnis oleh para penyandang difabel, ada yang membuka usaha kerajinan tangan, makanan ringan dan lain-lain. Sebagai contoh, sebuah komunitas difabel Gunung Kidul yang aktif membuat berbagai kerajinan tangan seperti keset. Namun, keterbatasan fisik yang dimiliki menjadi hambatan dalam memasarkan produk secara langsung. Data menyatakan bahwa para penyandang difabel masih melakukan penjualan produk dengan berkeliling yang sifatnya masih konvensional, dimana pembeli langsung bertatap muka dengan penjual [1]. Contoh lain adalah penyandang tuna netra yang hanya mengandalkan panggilan telepon dalam menerima orderan pijat [2]. Sedikit perhatian yang diberikan untuk mengeksplorasi potensi ponsel dalam pengembangan wirausaha dan pemberdayaan sosial bagi para penyandang difabel [3]. Hal ini terkadang menyulitkan mereka dalam melakukan proses manajemen pesanan produk dan layanan.

Pertumbuhan penjualan *online* naik setiap tahunnya, berdasarkan data dari Kementerian Kominfo yang menyatakan bahwa nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78% (tertinggi di dunia). Dengan data ini, tentu promosi *online* dinilai sangat penting. Namun, perlu diketahui juga bagaimana menciptakan sistem perdagangan elektronik yang tidak menyulitkan para penyandang difabel saat mengaksesnya. Oleh karena itu, penulis perlu mencari gap terlebih dahulu sebelum merancang tampilan sistem, agar penyandang difabel benar-benar bisa menggunakan sistem tersebut. Di era digital saat ini, siapa pun itu tak terkecuali wiraswasta difabel perlu mengembangkan usaha dagang *online* (*online marketplace*) untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka. Tanpa keterampilan digital ini, mereka tidak dapat bersaing secara sosial atau ekonomi [4]. Pemberdayaan ekonomi kreatif seperti memproduksi produk lokal diperlukan oleh para penyandang difabel agar mereka mandiri. Faktanya, kurang dukungan bisnis bagi para penyandang difabel yang memulai dan mempertahankan usaha mikro yang mereka punya [5]. *Online Marketplace* adalah model bisnis dimana sistem yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja, tetapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*, seluruh transaksi harus difasilitasi oleh sistem yang bersangkutan [6]. Dengan *online marketplace* ini diharapkan dapat terwujud pemerataan ekonomi digital, siapa saja dapat mewujudkan mimpi untuk membangun bisnis tak terkecuali para penyandang difabel.

*Online Marketplace* untuk penyandang difabel harus mengedepankan aspek sosial selain aspek ekonomi. Membangun sebuah sistem berbasis *social enterprise* perlu diperhatikan, bagaimana proses yang berjalan di dalamnya sesuai dengan kemampuan wiraswasta difabel. Dengan adanya aplikasi, penjualan dapat dilakukan dalam rentang geografis yang sangat luas [7]. Menggunakan teknologi manajemen sistem yang lebih terkomputerisasi untuk memudahkan penjualan [2].

Terdapat beberapa masalah bagi wiraswasta penyandang difabel dalam hal memasarkan produk dan layanan mereka, diantaranya adalah masih melakukan semuanya secara konvensional yang mengakibatkan banyak waktu terbuang, *online marketplace* khusus difabel yang ada sebelumnya tidak berjalan dengan maksimal yang akhirnya tidak digunakan lagi, wiraswasta penyandang difabel dalam menggunakan sistem yang ada, seperti jarang *upload* dan *update* produk mereka. Hal tersebut terjadi karena alur proses bisnis yang kurang cocok untuk mereka. Sedangkan *online marketplace* yang ada saat ini, seperti Bukalapak, Tokopedia dan lainnya belum ada produk ataupun layanan khusus hasil UMKM Difabel yang dijual dan dipromosikan dalam sistem tersebut, selain itu sulitnya mengakses dan bermitra dengan marketplace menjadi kendala utama mereka untuk maju dan berkembang. Sehingga mereka butuh suatu wadah khusus agar UMKM Difabel dapat berkembang dalam hal memasarkan produk dan layanannya. Dari permasalahan tersebut, peneliti telah mencoba merancang alur proses bisnis untuk *online marketplace* Difabel, dimana seluruh produk ataupun layanan dihasilkan oleh para penyandang difabel. Ide tersebut diharapkan dapat memandu studi di masa depan dan menggambarkan bagaimana proses bisnis yang dibutuhkan oleh wiraswasta difabel dalam pembuatan sistemnya. Aplikasi sebelumnya ada yang berbasis Android dan Website. Setiap sistem yang telah dikembangkan memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing bagi wiraswasta penyandang difabel. Makalah ini akan membahas analisis proses bisnis untuk *online marketplace* Difabel. Adapun pertanyaan pada penelitian kali ini yaitu:

RQ: Model proses bisnis seperti apa yang sesuai untuk *Online Marketplace* difabel yang interaktif dan bersifat kontinu?

## 2. TINJAUAN PUSTAKA (BILA DIPERLUKAN)

Penelitian sebelumnya yang berfokus pada pengusaha mikro di Indonesia, termasuk pengusaha mikro penyandang difabel. Penelitian tersebut menyelidiki bagaimana ponsel memperluas kemampuan pengusaha mikro yang ada dalam menjalankan bisnis mereka. Ponsel memiliki potensi untuk meningkatkan produktivitas dalam UMKM, yaitu dengan meningkatkan komunikasi antara UMKM, pelanggan, dan pemasok, serta ponsel digunakan untuk pengambilan, penyimpanan, atau pemrosesan informasi. Penelitian tersebut mengambil sampel wawancara dengan tukang pijat tuna netra di Makasar dan Bandung, hasilnya mereka hanya mengandalkan panggilan untuk mengatur transaksi, tetapi juga menggunakan fitur alarm dan aplikasi dalam mengatur kegiatan. Perusahaan mikro dikelompokkan menurut kategori produk dan layanan, misalnya pengrajin furnitur, pijat difabel, pengrajin batik, sablon kaos dan lainnya. Pengelompokan ini didasarkan pada asumsi yang kemudian terbukti benar, bahwa kegiatan komunikasi dan interaksi antara bisnis serupa dalam pengelompokan semacam itu lebih mudah. Temuan ini sangat berguna untuk mempertimbangkan dan menetapkan fitur apa saja yang harus ada di *online marketplace* difabel.

Terdapat beberapa implementasi *online marketplace* difabel yang sudah dipublikasikan dan digunakan sebelumnya. Misalnya Difa Shop (<https://www.difasuksesmandiri.com/>) yang merupakan salah satu program kerja Difa Sukses Mandiri dan Kandang.co.id. Difa Shop memiliki tujuan utama yaitu berbagi dalam belanja dan memberdayakan kemandirian difabel. Namun sistem tersebut belum sepenuhnya berjalan *online*, sistem hanya menunjukkan rute lokasi rumah-rumah difabel kepada calon pembeli. Berikut beberapa kategori produk atau layanan yang disediakan aplikasi Difa Shop:

1. Penjualan sembako dan kebutuhan harian
2. Penjualan aneka pulsa
3. Penjualan produk karya difabel
4. Agen service berupa elektronik, jam, sepatu, kompor, peralatan masak, vermak pakaian
5. Menerima jasa catering
6. Agen pegadaian

Sebelum merancang tampilan dan fitur apa saja yang harus ada dalam *online marketplace* difabel, terlebih dahulu mengetahui tiga pihak *stakeholder* dalam bisnis. Terdapat tiga pihak *stakeholder* dalam bisnis menurut Sandhusen (2008), yang pertama yaitu pelaku bisnis (dalam hal ini perusahaan) yang digambarkan dengan huruf 'B' (*Business*). Kedua adalah konsumen, yaitu pengguna bisnis produk dan layanan yang digambarkan dengan huruf 'C'. Ketiga adalah pemangku kepentingan (pemerintah), yang digambarkan dengan huruf 'G' (*Government*) [6]. Berikut merupakan tabel jenis-jenis interaksi antara pelaku bisnis, ditunjukkan oleh Table 1:

**Table 1 Bentuk Interaksi di Dunia Bisnis**

No	Nama	Penjelasan
1	B2B ( <i>Business to Business</i> )	Bentuk transaksi antar bisnis, seperti melibatkan produsen dan grosir, atau grosir dan pengecer. B2B mengacu pada bisnis yang dilakukan antara perusahaan, bukan antara perusahaan dan konsumen individu.
2	B2C ( <i>Business to Consumer</i> )	Mengacu pada proses penjualan produk dan layanan langsung antara konsumen yang merupakan pengguna akhir dari produk atau layanannya. Sebagian besar perusahaan yang menjual langsung ke konsumen dapat disebut sebagai perusahaan B2C.
3	C2C ( <i>Consumer to Consumer</i> )	Model bisnis dimana pelanggan dapat berdagang satu sama lain, dilakukan oleh individu (konsumen) kepada individu (konsumen) lainnya.
4	C2B ( <i>Consumer to Business</i> )	Model bisnis di mana pengguna akhir atau konsumen membuat produk atau layanan yang digunakan organisasi untuk menyelesaikan proses bisnis atau mendapatkan keunggulan kompetitif.

### 3. METODE PENELITIAN

Pengumpulan data primer yang dilakukan dengan metode *in-depth interview*. Proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab dengan informan untuk mengeksplorasi perspektif ide, program atau situasi tertentu [8]. Melalui pertanyaan pancingan ini, subjek penelitian dibiarkan menceritakan segala macam dimensi pengalamannya [9]. Dipilih wawancara semi terstruktur, *dross rate* lebih rendah daripada wawancara tidak terstruktur. Peneliti dapat mengembangkan pertanyaan dan memutuskan sendiri mana isu yang akan dimunculkan [10]. Proses pengumpulan data tidak hanya dilakukan dengan wawancara, studi literatur juga dilakukan untuk mengetahui pengalaman terdahulu. Ada sebanyak 21 literatur yang sudah diulas oleh peneliti untuk mendapatkan informasi mengenai *online marketplace* dan potensi ponsel untuk difabel. Menyiapkan list pertanyaan untuk mengidentifikasi masalah serta mengidentifikasi kebutuhan untuk merancang proses bisnis *online marketplace* difabel, menghubungi dan membuat kesepakatan dengan informan, hal tersebut dilakukan sebelum wawancara. Wawancara dilakukan dengan dua informan yang dilakukan dalam waktu yang berbeda, pertama dilakukan pada tanggal 12 Juni 2019 dengan Bapak Triyono selaku pendiri Difa City Tour, yang kedua dilakukan pada tanggal 16 Oktober 2019 dengan Bapak Heru Sasongko selaku pendiri Difa Shop. Selanjutnya transkrip hasil wawancara untuk menganalisis data yang telah didapat. Setelah mengetahui apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan wiraswasta penyandang difabel, peneliti merancang alur proses bisnis untuk *online marketplace* difabel. Proses bisnis (*Business Process Modeling Notation*) dirancang menggunakan *tools* Lucidchart.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis *online marketplace* dan penggunaan ponsel untuk difabel ditinjau dari berbagai elemen. Hasil analisis data primer dan studi literatur menunjukkan bahwa masih belum maksimalnya penerapan *online marketplace* untuk difabel memasarkan dan mempromosikan produk dan layanan mereka. *Online marketplace* dapat menampung beberapa kategori produk dan layanan berdasarkan fakta di lapangan saat ini. Menurut Bapak Triyono, yang menyatakan bahwa produk dan layanan hasil para penyandang difabel tidak lebih dari tiga kategori, yang pertama adalah kerajinan tangan seperti batik, keset, hiasan. Yang kedua adalah kuliner atau makanan ringan. Yang ketiga adalah jasa atau layanan, misalnya service komputer, service HP, service kulkas, layanan pijat difabel. *Online marketplace* khusus difabel yang sebelumnya dirancang mengalami beberapa kendala, salah satunya karena alur proses bisnis yang kurang sesuai diterapkan pada *online marketplace* difabel. Seperti disampaikan Bapak Triyono berikut ini “*Contohnya keset dari Gunung Kidul, harganya 15 ribuan, saya promosikan, ternyata mereka kewalahan, karena produksi mereka seminggu paling cuma dua keset. Ketika di promosikan menjadi boomerang, tidak di promosikan beban moral. Nah ini kesulitan, bagaimana kita bisa menciptakan online marketplace dalam skema ekonomi, skema kontinuitas*”

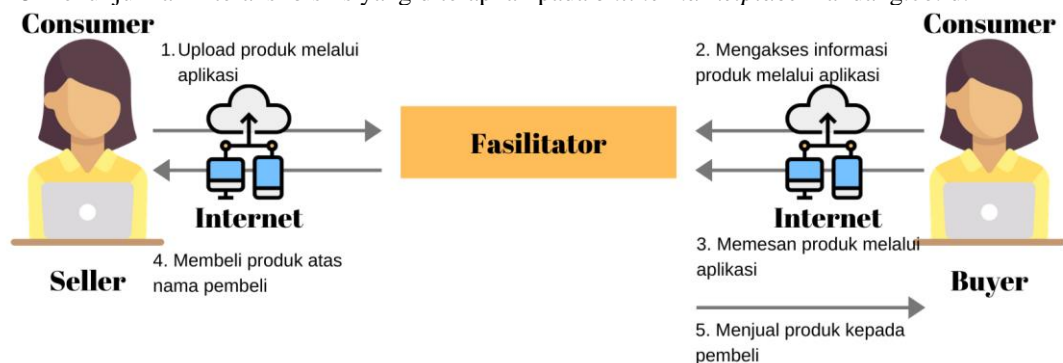
Dari permasalahan tersebut disampaikan juga ide dari Bapak Triyono untuk mendasari difabel dengan *social enterprise* sebelum melangkah ke *online marketplace*, berikut penuturannya “*Karena pengalaman kewalahan itu, mereka harus cari bahan sendiri, kerja sendiri, bikin sendiri. Maka saya ubah cara berpikir saya, bagaimana sebelum menuju UMKM itu saya dasari mereka dengan social enterprise. Nah sehingga lebih*

enak ketika melangkah ke marketplace”. “Untuk memudahkan, setiap komunitas ada penanggung jawabnya jadi lebih mudah koordinasi dan tidak merepotkan. Misalnya komunitas kerajinan, kita bisa ngumpulin teman-teman yang tahu seni, akhirnya satu frekuensi dan tidak merepotkan. SDM yang kita libatkan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan marketplace itu. Ada penanggung jawab yang terlibat langsung di sistem, karena jika per individu, mereka tidak ada waktu untuk mengurus HP, sibuk mencari bahan, dan membuat produk sendiri. Agar semuanya berjalan efektif dan efisien. Kalo kita ingin benar-benar menjadikan marketplace difabel bagus, ya kita perlu men-support industri teman-teman difabel, supaya teman-teman ini energi nya tidak terlalu habis.”

Berikut komparasi beberapa kendala *online marketplace* khusus difabel yang disajikan dalam

No	Elemen Analisis	Kandang.co.id	Difa Shop
1	Jenis Interaksi Bisnis	Jenis interaksi bisnis yang digunakan adalah C2C ( <i>Consumer to Consumer</i> ). Mengalami kendala dalam manajemen pesanan. Jumlah pesanan yang masuk tidak sebanding dengan produk yang dihasilkan. Contoh kasus: wiraswasta difabel pengrajin keset, Gunung Kidul.	Jenis interaksi antara penjual dan pembeli terjadi secara langsung, sistem hanya menunjukkan rute lokasi rumah-rumah difabel kepada calon pembeli. Sistem berjalan semi-online.
2	Wiraswasta Difabel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak <i>upload</i> dan <i>update</i> produk dan layanan di sistem.</li> <li>- Tidak fokus, terlalu banyak kegiatan yang mereka ikuti, seperti pelatihan dan seminar yang mengakibatkan pesanan terbengkalai.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum sepenuhnya melek teknologi, kesulitan jika semuanya berjalan secara <i>online</i>.</li> <li>- Sulit mengajak difabel untuk mandiri. Karena biasanya mengandalkan bantuan.</li> </ul>
3	Fitur Sistem	Kurang <i>user friendly</i> untuk penyandang difabel. Contoh: ada fitur chat, sedangkan penyandang difabel lebih menyukai fitur telepon/panggilan agar lebih praktis.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum ada fitur menampilkan stok/ketersediaan produk.</li> <li>- Transaksi dilakukan di luar sistem.</li> </ul>
4	Lain-lain	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Belum ada pengelompokan produk atau layanan berdasarkan kategori.</li> <li>- Sulit mengangkat nama aplikasi (<i>branding</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sulit mengangkat dan mengenalkan aplikasi kepada masyarakat (<i>branding</i>).</li> <li>- Masyarakat belum peka jika harus datang langsung ke rumah-rumah difabel.</li> </ul>

Gambar 15 menunjukkan interaksi bisnis yang diterapkan pada *online marketplace* Kandang.co.id:

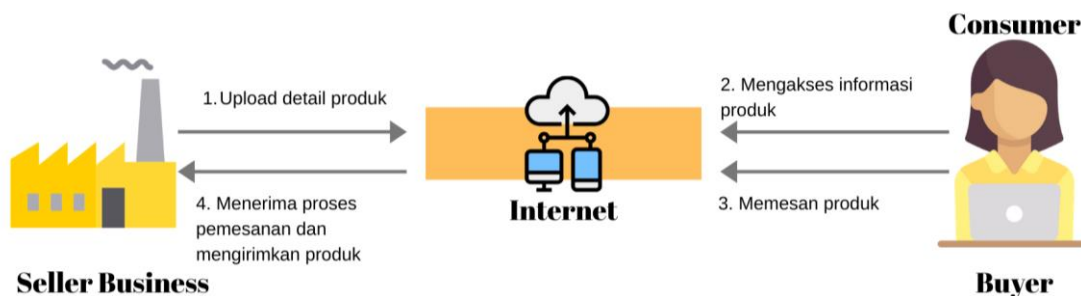


Gambar 15 Jenis Interaksi Bisnis C2C

## 5. DISKUSI

RQ: Model proses bisnis seperti apa yang sesuai untuk *online marketplace* difabel yang interaktif dan bersifat kontinu?

Setelah pengumpulan data primer dan studi literatur mengenai *online marketplace* difabel dan potensi ponsel terhadap bisnis difabel, terdapat beberapa faktor yang signifikan dalam menentukan keberhasilan *online marketplace* difabel. Yang pertama yaitu jenis interaksi yang sebaiknya diterapkan dalam *online marketplace* difabel adalah model bisnis B2C (*Business to Consumer*). Hal ini diperkuat dengan data dari penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa perusahaan mikro dikelompokkan menurut kategori produk dan layanan, misalnya pengrajin furnitur, layanan pijat difabel. Pengelompokan ini didasarkan pada asumsi yang kemudian terbukti benar, bahwa kegiatan komunikasi dan interaksi antara bisnis serupa dalam pengelompokan semacam itu lebih mudah [2]. Berikut merupakan model bisnis B2C (*Business to Consumer*), sebagai saran dari peneliti untuk *online marketplace* difabel. Ditunjukkan oleh Gambar 16:



Gambar 16 Jenis Interaksi Bisnis B2C

Setelah menetapkan jenis interaksi bisnis apa yang akan digunakan untuk membangun *online marketplace* difabel, langkah selanjutnya adalah membuat perancangan sistem informasi untuk *online marketplace* difabel.

**1. Transaction Processing Systems (TPS)**

Transaction Processing Systems adalah sistem informasi yang mengatur segala bentuk proses transaksi antara pemilik perusahaan dengan target konsumen. Pada *online marketplace* difabel, TPS di tangani oleh *customer service* (dalam kasus ini penanggung jawab UMKM setiap kategori produk atau layanan), bertugas menangani masalah dari pelanggan dan merupakan pihak yang secara langsung berinteraksi dengan pelanggan.

**2. Management Information Systems (MIS)**

Management Information System adalah sistem informasi yang menyediakan atau memberikan laporan detail kepada pihak manajemen. Pada *online marketplace* difabel, Management Information System terdapat pada laporan data dari penanggung jawab UMKM kepada atasan bidang.

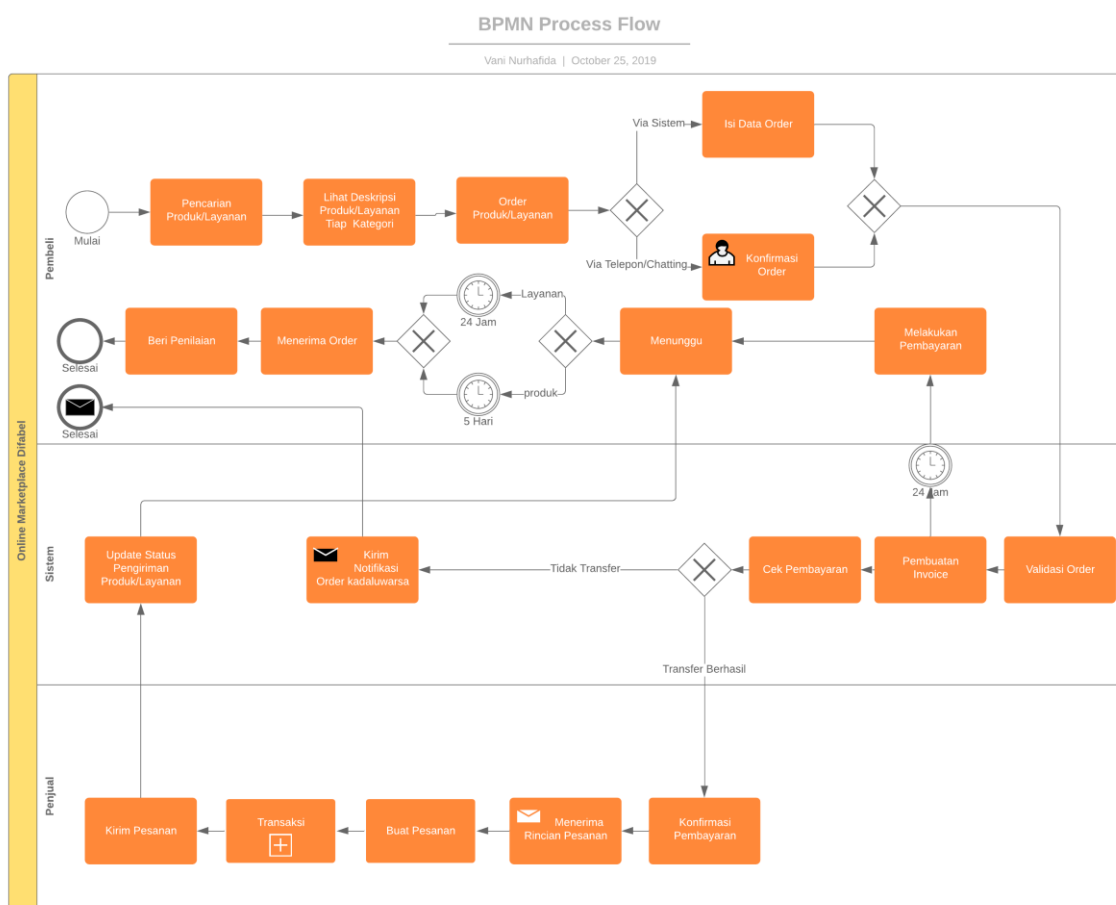
Dalam sebuah sistem *online marketplace* selalu ada interaksi antara penjual, pembeli dan sistem itu sendiri. Berikut merupakan saran dari peneliti untuk kegiatan-kegiatan yang dapat dilakukan oleh ketiga aktor tersebut. Ditunjukkan oleh Table 2:

Table 2 Kegiatan Aktor

No	Penjual	Sistem	Pembeli
1	Proses Login/Masuk	Proses Login/Masuk	Proses Login/Masuk
2	Proses Registrasi/Pendaftaran	Proses Registrasi	Proses Registrasi/Pendaftaran
3	Membuat Toko	Proses Buat toko (Form Deskripsi Produk/Layanan)	Proses Transaksi (Pembelian dan Pembayaran)
4	Upload Produk/Menambah Produk	Memberi Notifikasi Pesanan Baru	Pencarian Barang
5	Melihat Daftar Produk	Validasi Order	Melihat Keranjang Belanjaan
6	Melihat Data Pesanan Baru	Pembuatan Invoice	Melihat Status Pengiriman Produk/Layanan

7	Melihat Data Konfirmasi Pengiriman	Cek Pembayaran	Memberi Penilaian Produk/Layanan
8	Melihat Data Status Pengiriman	Update Status Pengiriman Produk/Layanan	Hubungi Penjual (penanggung jawab tiap kategori produk/layanan)
9	Melihat Daftar Transaksi	Update Berita Terbaru dan Produk/Layanan Populer Difabel	Edit Alamat Pengiriman
10	Mengubah Stok Produk	Rekap Data Penjualan	
11	Mengunduh Data Penjualan		

Setelah mengetahui kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh ketiga aktor (Penjual, Sistem dan Pembeli) *online marketplace* difabel, selanjutnya merancang alur proses bisnis agar lebih mudah dipahami. Berikut merupakan alur proses bisnis *online marketplace* difabel. Ditunjukkan oleh Gambar 17:



Gambar 17 BPMN Online Marketplace Difabel

6. KESIMPULAN

Jenis interaksi bisnis dan alur proses bisnis yang digunakan dalam *online marketplace* difabel sangat menentukan keberhasilan sebuah bisnis para penyandang difabel. Dengan *online marketplace* yang dibangun khusus untuk difabel ini tidak hanya membantu mempromosikan produk dan layanan karya difabel, melainkan juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*. Seluruh transaksi *online* yang berjalan dalam sistem difasilitasi oleh sistem yang bersangkutan. Dengan pengelompokan produk dan layanan berdasarkan kategori UMKM, terbukti menjadikan sistem berjalan lebih mudah dan memudahkan wiraswasta difabel dalam mengelola pesanan. Rancangan proses bisnis dapat mengidentifikasi dan modifikasi proses yang ada untuk perbaikan di masa yang akan datang. Dan dapat mewujudkan sistem dengan biaya yang serendah mungkin, waktu secepat mungkin dengan kualitas yang terbaik. Dengan proses bisnis yang baik, tidak ada kinerja yang terhambat, kepuasan pelanggan meningkat, dapat mengurangi biaya pelayanan. Kegiatan transaksi penjualan produk dan layanan dapat dipahami dengan baik menggunakan proses bisnis (BPMN) yang telah dirancang oleh peneliti.

salah satu saran untuk penelitian di masa depan yaitu melakukan lebih banyak studi yang terperinci dan detail mengenai interaksi dan cara wiraswasta difabel dalam manajemen bisnis pada era digital saat ini. Sehingga, peneliti dapat membangun sistem yang memang sesuai dengan fakta di lapangan. Semua ini diharapkan dapat memudahkan wiraswasta difabel dalam bersaing di bidang ekonomi maupun sosial.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. S. Yatana Saputri, M. Fadhli, and I. Surya, "Penerapan Metode UCD (User Centered Design) Pada E-Commerce Putri Intan Shop Berbasis Web," *J. Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 3, no. 2, p. 269, 2017.
- [2] M. Anwar, "Mobile Phones and the Livelihoods of Indonesian Micro-Entrepreneurs: Evidence of Capability Expansion.," *Pacific Asia Conf. Inf. Syst.*, 2015.
- [3] M. Anwar and G. Johanson, "Mobile phones and the well-being of blind micro-entrepreneurs in Indonesia," *Electron. J. Inf. Syst. Dev. Ctries.*, vol. 67, no. 1, pp. 1–18, 2015.
- [4] S. Darcy, H. Yerbury, and H. Maxwell, "Disability citizenship and digital capital: the case of engagement with a social enterprise telco," *Inf. Commun. Soc.*, vol. 22, no. 4, pp. 538–553, 2019.
- [5] S. K. Hwang and A. Roulstone, "Enterprising? Disabled? The status and potential for disabled people's microenterprise in South Korea," *Disabil. Soc.*, vol. 30, no. 1, pp. 114–129, 2015.
- [6] J. Neo-bis and M. Pradana, "KLASIFIKASI JENIS-JENIS BISNIS E-COMMERCE," vol. 9, no. 2, pp. 32–40, 2015.
- [7] D. Purnomo, U. N. Harahap, J. S. Informasi, S. Tinggi, and T. Harapan, "E-commerce kerajinan tangan penyandang disabilitas," vol. 3, no. 002, pp. 1–6.
- [8] C. Boyce and E. Associate, "CONDUCTING IN-DEPTH INTERVIEWS : A Guide for Designing and Conducting In-Depth Interviews," no. May, 2006.
- [9] E. Kuswarno, "Metodelogi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: KOnsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian," no. 56, p. VIII + 264, 2009.
- [10] I. N. Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara," *J. Keperawatan Indones.*, vol. 11, no. 1, pp. 35–40, 2007.