

# **PENGARUH STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEBERHASILAN INOVASI DIGITAL LAPAK FRANCHISE**

**Dadang Askarudin; Sitti Retno Faridatussalam, S.E., M.M**  
**Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan**  
**Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta**

## **Abstrak**

Lapak Franchise: Pada Lapak Franchise ini kami menghadirkan inovasi baru bagi masyarakat yang ingin memulai usaha melalui franchise, khususnya franchise dalam bidang makanan dan minuman. Lapak Franchise ini berbentuk website yang di dalamnya berisi fitur-fitur (1) daftar franchise-franchise potensial untuk dibuka outlet baru, (2) menghubungkan antara franchisee dan franchisor secara langsung, (3) menyediakan fitur “kalbis : kalkulator bisnis” yang dapat memperhitungkan keuntungan sebuah franchise dalam jangka waktu menengah, dan (4) menampilkan konten-konten review dari franchisee yang telah berhasil menjalankan bisnis franchise. Dengan visi Menjadi website yang terpopuler dan terus berkembang, inovatif, terpercaya dibidang penyedia jasa informasi franchise FnB, Alasan memilih ide bisnis Lapak Franchise karena di era saat ini masyarakat tertarik untuk join kemitraan dengan bisnis atau brand yang sudah terkenal karena brand tersebut sudah dikenal oleh masyarakat luas. Tetapi terdapat kesulitan minimnya ketersediaan informasi yang dapat diakses oleh calon franchisee. Minimnya informasi yang dimaksud yaitu informasi yang didapatkan kurang lengkap, kurang terjamin kebenarannya, kurang efektif ,kurang memenuhi kebutuhan yang calon franchisee butuhkan, serta tidak diketahuinya nilai investasi di masa depan. Maka dari itu kami menghadirkan sebuah inovasi melalui website Lapak Franchise yang di dalamnya memuat informasi serta fitur-fitur yang di butuhkan oleh para calon franchisee dan memudahkan franchisor untuk mengiklankan bisnis franchisenya. Menurut asumsi dari kami, bahwa banyaknya masyarakat yang tertarik untuk join kemitraan dengan bisnis atau brand yang sudah terkenal karena dalam brand yang sudah terkenal maka produk itu yang banyak dicari oleh para konsumen. tetapi terdapat kesulitan akan minimnya ketersediaan informasi yang dapat diakses oleh calon franchisee .minimnya informasi yang dimaksud Yaitu dapat berasal dari informasi yang didapatkan kurang lengkap, kurang terjamin kebenarannya, kurang efektif, kurang memenuhi kebutuhan yang calon franchisee butuhkan. Tetapi hanya beberapa yang menjadi kompetitor seperti social media instagram/tiktok dan facebook selebih nya bukan kompetitor karena tidak menyediakan fitur seperti yang dimiliki Lapak Franchise. Untuk persaingan dengan jenis jasa yang sama terbilang rendah karena fitur/jasa yang ditawarkan oleh kami lebih memudahkan orang-orang yang ingin membuka franchise. Kelebihannya adalah dapat terhubung langsung dengan franchisor dan tersedianya fitur Kalkulator bisnis estimasi keuntungan membuka franchise. Menarik kepercayaan franchisor agar mau memakai Lapak Franchise untuk menawarkan franchisenya masing-masing. Dari melihat persaingan dan fitur bisnis kami dapat bersaing eengan kompetitor yang ada. Adapun beberapa goals dari para pembuka franchise dan calon pembuka franchise yaitu diharapkan adanya suatu informasi yang jelas terkait fasilitas syarat dan range harga untuk membuka suatu franchise melalui suatu website atau aplikasi. Informasi sangat di butuhkan dalam hal ini untuk meminimalisir miskomunikasi atara franchisor dan calon pembuka franchise. Bisnis makanan dan minuman adalah bisnis yang banyak dicari dan diminati oleh masyarakat. Maka dari itu kami menghidarkannya dalam Lapak Franchise selain sebagai media promosi perusahaan penyedia franchise kami juga sebagai penyedia informasi dalam pembukaan franchise dan juga sebagai jasa penghubung antara franchisor dan calon pembuka franchise.

**Kata Kunci:** Lapak Franchise, visi misi, kegunaan, inovasi website.

### **Abstract**

Lapak Franchise: At Lapak Franchise we present new innovations for people who want to start a business through franchises, especially franchises in the food and beverage sector. This Franchise Lapak is in the form of a website which contains the features of (1) a list of potential franchises for opening new outlets, (2) connecting franchisees and franchisors directly, (3) providing a "kalbis: business calculator" feature that can calculate the profits of a franchise in the medium term, and (4) displaying review content from franchisees who have successfully run a franchise business. With the vision of becoming the most popular and continuously developing, innovative and trusted website in the field of providing FnB franchise information services, the reason for choosing the Lapak Franchise business idea is because in the current era people are interested in joining partnerships with businesses or brands that are already well known because these brands are already known to the public. wide. However, there is the difficulty of minimal availability of information that can be accessed by prospective franchisees. The lack of information in question means that the information obtained is incomplete, the truth is not guaranteed, is less effective, does not meet the needs of prospective franchisees, and the value of future investments is unknown. Therefore, we present an innovation through the Lapak Franchise website which contains information and features needed by prospective franchisees and makes it easier for franchisors to advertise their franchise businesses. According to our assumption, many people are interested in joining a partnership with a well-known business or brand because in a well-known brand the product is much sought after by consumers. However, there are difficulties regarding the lack of available information that can be accessed by prospective franchisees. The lack of information in question can come from the information obtained being incomplete, not guaranteed to be correct, less effective, and not meeting the needs of prospective franchisees. But only a few are competitors, such as social media Instagram/Tiktok and Facebook, the rest are not competitors because they don't provide features like those of Lapak Franchise. Competition with the same type of service is relatively low because the features/services offered by us make it easier for people who want to open a franchise. The advantage is that you can connect directly with the franchisor and the business calculator feature for estimating the profits from opening a franchise is available. Attract the trust of franchisors so that they want to use Lapak Franchise to offer their respective franchises. From looking at the competition and business features, we can compete with existing competitors. There are several goals for franchise openers and prospective franchise openers, namely that they hope to have clear information regarding the facilities and price ranges for opening a franchise through a website or application. Information is really needed in this case to minimize miscommunication between franchisors and prospective franchise openers. The food and beverage business is a business that is much sought after and in demand by the public. Therefore, we present it on the Franchise Site, apart from being a promotional media for our franchise provider companies, also as a provider of information on opening franchises and also as a liaison service between franchisors and prospective franchise openers.

**Keywords:** Lapak Franchise, vision and mission, usability, website innovation

## 1. PENDAHULUAN

Adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta munculnya globalisasi mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia termasuk kegiatan sehari-hari. Salah satu bidang yang terpengaruh adalah bidang perekonomian, khususnya bisnis. Dewasa saat ini mengembangkan banyak sekali model bisnis. Salah satu model bisnis yang banyak diminati saat ini adalah franchise atau waralaba. Bisnis franchise menjadi saingan dan tantangan bagi para pengusaha besar (Inas, 2019). Franchise atau waralaba merupakan bentuk hubungan pertukaran dan pihak-pihak yang terlibat didalamnya kesepakatan secara memiliki komersial bergantung pada masing-masing dan menciptakan 'aksi keras dan ringan' yang berkelanjutan di antara mereka (Prihandono, 2021). Digital marketing memiliki kemampuan dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakat di manapun mereka berada tanpa dibatasi oleh geografis ataupun waktu (Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017).

Lapak Franchise ini kami menghadirkan inovasi baru bagi masyarakat yang ingin memulai usaha melalui franchise, khususnya franchise dalam bidang makanan dan minuman. Lapak Franchise ini berbentuk website yang di dalamnya berisi fitur-fitur (1) daftar franchise-franchise potensial untuk dibuka outlet baru, (2) menghubungkan antara franchisee dan franchisor secara langsung, (3) menyediakan fitur “kalbis : kalkulator bisnis” yang dapat memperhitungkan keuntungan sebuah franchise dalam jangka waktu menengah, dan (4) menampilkan konten-konten review dari franchisee yang telah berhasil menjalankan bisnis franchise, di era saat ini masyarakat tertarik untuk join kemitraan dengan bisnis atau brand yang sudah terkenal karena brand tersebut sudah dikenal oleh masyarakat luas. Tetapi terdapat kesulitan minimnya ketersediaan informasi yang dapat diakses oleh calon franchisee. Minimnya informasi yang dimaksud yaitu informasi yang didapatkan kurang lengkap, kurang terjamin kebenarannya, kurang efektif, kurang memenuhi kebutuhan yang calon franchisee butuhkan, serta tidak diketahuinya nilai investasi di masa depan. Maka dari itu kami menghadirkan sebuah inovasi melalui website Lapak Franchise yang di dalamnya memuat informasi serta fitur-fitur yang di butuhkan oleh para calon franchisee dan memudahkan franchisor untuk mengiklankan bisnis franchisenya.

Franchise.com merupakan aplikasi yang tersedia di App store yang memberikan layanan untuk mempertemukan franchisor dan franchisee yang dapat difilter berdasarkan

beberapa kategori bidang bisnis dan negara bagian. Kemudian, pada laman yang menampilkan franchise ditampilkan kelengkapan informasi franchise tersebut secara lengkap dan apabila sudah sesuai dengan franchise yang diinginkan kemudian dilanjutkan dengan proses transaksi. Adapun relevansi aplikasi ini dengan persoalan target customer yaitu dapat mempermudah alur pencarian dan transaksi untuk calon franchisee membuka outlet yang baru. Namun, kekurangannya adalah aplikasi ini hanya tersedia di wilayah Amerika Serikat dan negara-negara bagiannya. Alasan memilih ide bisnis Lapak Franchise karena di era saat ini masyarakat tertarik untuk join kemitraan dengan bisnis atau brand yang sudah terkenal karena brand tersebut sudah dikenal oleh masyarakat luas. Tetapi terdapat kesulitan minimnya ketersediaan informasi yang dapat diakses oleh calon franchisee. Minimnya informasi yang dimaksud yaitu informasi yang didapatkan kurang lengkap, kurang terjamin kebenarannya, kurang efektif, kurang memenuhi kebutuhan yang calon franchisee butuhkan, serta tidak diketahuinya nilai investasi di masa depan. Maka dari itu kami menghadirkan sebuah inovasi melalui website Lapak Franchise yang di dalamnya memuat informasi serta fitur-fitur yang dibutuhkan oleh para calon franchisee dan memudahkan franchisor untuk mengiklankan bisnis franchisenya.

## **2. METODE**

Kegiatan Studi Independen Bersertifikat E-Commerce: Start Up, Smart Up and Scale Up diadakan oleh Power Academy, powered by Power Commerce Asia (PT Mitra Semeru Indonesia). Power Commerce Asia adalah e-commerce enabler terkemuka di Asia yang berbasis di Indonesia. Power Commerce Asia didirikan tahun 2018 untuk memberikan jasa dan solusi di bidang teknologi melalui E-Commerce Omni-Channel dan manajemen Supply Chain. Infrastruktur yang dibangun meliputi 174 kota di seluruh Indonesia. Sebagai pelopor Omni-Channel di Indonesia, Power Commerce Asia menawarkan solusi dan layanan menyeluruh untuk memberdayakan suatu merek, mengembangkan bisnis yang ada, dan membawa suatu produk ke pasar global. Power Commerce Asia menawarkan solusi untuk membantu suatu brand bergerak baik secara vertikal maupun horizontal dalam mengembangkan bisnis.

Industri E-Commerce telah tumbuh pesat sebagai sektor utama dari pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Survey dari Google, Temasek, dan Bain & Company e-Conomy SEA 2020 menggambarkan gross merchandise value (GMV) ekonomi digital Indonesia sebesar \$44 miliar, mayoritas GMV disumbangkan oleh layanan e-commerce sebesar \$32 miliar. Industri e-commerce telah menjadi mesin pertumbuhan bagi ekonomi digital dan perekonomian Indonesia secara luas. Peluang usaha yang tercipta oleh sektor

e-commerce dapat dinikmati oleh semua pelaku usaha dari berbagai skala usaha, jenis usaha dan ragam produk barang dan jasa.

Studi Independen Bersertifikat E-Commerce diajukan untuk meningkatkan kuantitas lulusan Perguruan Tinggi di Indonesia yang lebih siap untuk bekerja di bidang E-Commerce. Metode pembelajaran adalah experience learning, dimana peserta didik belajar melalui proses mengimplementasikan materi yang diperolehnya di dalam berbagai tugas. Pemberian materi diberikan baik secara synchronous (antara lain dalam bentuk kuliah dan tanya jawab, diskusi kelompok, paparan hasil, semua melalui online meeting) dan asynchronous (antara lain dengan disediakan materi baca, video ajar, dan soal latihan).

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Lapak Franchise merupakan sebuah website penyedia layanan jasa informasi kemitraan mengenai franchise dan jasa konsultasi keuangan yang mengarahkan orang-orang untuk investasi ke bisnis trial/franchise yang tersedia di Jawa Tengah. Pada Lapak Franchise ini kami menghadirkan inovasi baru bagi masyarakat yang ingin memulai usaha melalui franchise, khususnya franchise dalam bidang makanan dan minuman. Lapak Franchise ini berbentuk website yang di dalamnya berisi fitur-fitur antara lain :

1. daftar franchise-franchise potensial untuk dibuka outlet baru,
2. menghubungkan antara franchisee dan franchisor secara langsung,
3. menyediakan fitur “kalbis : kalkulator bisnis” yang dapat memperhitungkan keuntungan sebuah franchise dalam jangka waktu menengah, dan
4. menampilkan konten-konten review dari franchisee yang telah berhasil menjalankan bisnis franchise.

Di era saat ini masyarakat tertarik untuk join kemitraan dengan bisnis atau brand yang sudah terkenal karena brand tersebut sudah dikenal oleh masyarakat luas. Tetapi terdapat kesulitan minimnya ketersediaan informasi yang dapat diakses oleh calon franchisee. Minimnya informasi yang dimaksud yaitu informasi yang didapatkan kurang lengkap, kurang terjamin kebenarannya, kurang efektif ,kurang memenuhi kebutuhan yang calon franchisee butuhkan, serta tidak diketahuinya nilai investasi di masa depan. Maka dari itu kami menghadirkan sebuah inovasi melalui website Lapak Franchise yang di dalamnya memuat informasi serta fitur fitur yang di butuhkan oleh para calon franchisee dan memudahkan franchisor untuk mengiklankan bisnis franchisenya. Guna menunjang keberhasilan Lapak Franchise tentu memiliki visi dan misi diantaranya:

1. Visi : Menjadi website yang terpopuler dan terus berkembang, inovatif, terpercaya dibidang penyedia jasa informasi franchise FnB.
2. Misi :
  - i. Memberikan kemudahan untuk melayani kebutuhan masyarakat yang berniat membuka usaha
  - ii. Memberikan layanan penyedia informasi franchise yang akurat, dan terpercaya
  - iii. Menciptakan lapangan pekerjaan baru
  - iv. Membangun semangat berwirausaha
  - v. Membangun kemandirian kuliner lokal dalam menghadapi globalisasi
  - vi. Membentuk usaha terbaik yang memiliki cabang di seluruh Indonesia

### **1. Tahap Pelaksanaan Proyek Lapak Franchise**

Pada proses pelaksanaan proyek Lapak Franchise ini, dalam pengembangan proyek yang sudah dilakukan sejauh ini, salah satu proses pelaksanaannya dengan menyelesaikan tugas-tugas tematik dalam Tahap Pre-Capstone dan Capstone Project secara berkelompok, berikut ini adalah proses pelaksanaan dari Lapak Franchise sebagai berikut:

#### **Tematik Pre-Capstone**

##### **Tematik Pre-Capstone 1**

Proses pelaksanaan yang dilakukan pada tahap ini yaitu melakukan analisis perbandingan terhadap 5 buah website penyedia jasa sejenis. Hal inilah yang mengawali perencanaan pembuatan ide bisnis ini, agar kami mengetahui kompetitor yang ada.

##### **Tematik Pre-Capstone 2**

Pembentukan ide proyek oleh kelompok disertai alasan pemilihan ide tersebut. Selain itu, pada tugas ini, dilakukan proses wawancara dan pembuatan persona pelanggan untuk mengetahui kebutuhan konsumen terhadap ide produk.

##### **Tematik Pre-Capstone 3**

Pada tahap ini mengidentifikasi segmentasi pelanggan, merumuskan hipotesis pelanggan, memetakan hipotesis akhir pada empathy map.

#### Tematik Pre-Capstone 4

Pada tahap ini memaparkan detail ide mengenai alasan memilih ide bisnis tersebut, juga menyusun pertanyaan kuesioner yang akan dibagikan kepada calon responden.

#### Tematik Pre-Capstone 5

Pada tahap ini melakukan pengolahan data berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara, pemetaan Business.

Pada tahap ini mengidentifikasi potensial kompetitor dan membandingkan layanan yang ditawarkan. Mengidentifikasi proses bisnis melalui Business Model Canvas yang telah dibuat sebelumnya.

#### Tematik Pre-Capstone 7

Pada tahap ini menyelaraskan kembali hipotesis awal dan hipotesis akhir, lalu membuat kesimpulan berdasarkan data penelitian yang didapat melalui kuesioner dan wawancara. Membangun pengembangan ide dengan merumuskan Product Market Fit. Dalam Produk market fit berisi mengenai komponen jobs, pain, gain serta value proposition, pain reliever, dan gain creator. Dari sinilah kami mengerti lebih jelas mengenai gambaran ide bisnis.

#### Tematik Pre-Capstone 8

Pada tahap ini mengulas kembali tugas yang diberikan sebelumnya untuk diperbaiki agar siap dipaparkan pada presentasi final Pre- Capstone.

### **Tematik Capstone**

#### Tematik Capstone 1

Dalam tematik capstone 1 merupakan lanjutan dari pre-capstone dalam tematik ini lebih memantapkan ide bisnis, persoalan, serta solusi yang kami berikan yang didukung oleh data-data hasil wawancara dan kuesioner dengan responden. Jadi, pada tematik 1 memantapkan ide bisnis proyek.

## Tematik Capstone

Pada tematik 2 digiring dengan implementasi tugas proyek mengenai :

### 1. Aspek Operasional

Dengan membuat proses bisnis yang terkait ide bisnis yaitu lapak franchise. Selain itu, kami mulai merancang proses penjaminan ketersediaan jasa lapak franchise diantaranya dengan merancang bagaimana manajemen sumber daya untuk menghasilkan jasa, manajemen produksi jasa, manajemen penghasilan jasa, dan manajemen infrastruktur IT.

### 2. Aspek Keuangan

Dalam aspek ini merupakan tahap dasar kami mengelompokkan aspek keuangan berdasarkan keuangan yang dibutuhkan pada setiap elemennya.

### 3. Aspek TI

Dimana dalam aspek ini kami mengumpulkan kebutuhan data, mengidentifikasi struktur data, serta membuat aliran data dari awal sampai akhir dengan relasi yang saling berkaitan. Jadi, dari sinilah kami mulai memahami kebutuhan-kebutuhan tersebut saling terelasi/berhubungan.

## Tematik Capstone 3

Pada tematik 3 digiring dengan implementasi tugas proyek mengenai :

### 1. Tantangan Adopsi

Dalam tantangan adopsi ini kami mulai melakukan identifikasi Langkah yang akan kami ambil agar ide bisnis dapat diserap oleh target market. Pada tantangan adopsi ini kami mulai Menyusun Langkah, tantangan yang dihadapi disetiap Langkah, serta strategi yang kami terapkan dalam setiap tantangan tersebut. Dalam setiap Langkah tersebut, kami juga mulai Menyusun proyeksi pengeluaran dan pendapatan yang dihasilkan dan dikeluarkan.

### 2. Aspek Operasional

Dalam aspek operasional ini kami mulai Menyusun supply chain dan sales & distribution management yang kami gunakan.

### 3. Aspek TI

Dalam aspek TI ini kami mulai melakukan pengumpulan data primer maupun sekunder, lalu kami mulai melakukan pre-prosesing data sebelum data bisa digunakan.

#### 4. Aspek Hukum

Pada aspek hukum, kami mulai mengidentifikasi relasi-relasi hukum yang terkait dengan ide bisnis, relasi hukum yang memungkinkan untuk wanprestasi, merumuskan perjanjian untuk memitigasi risiko, dan menyusun *term and condition*.

#### Tematik Capstone 4

Pada tematik 4 digiring dengan implementasi tugas proyek mengenai :

##### 1. Aspek Keuangan

Dalam aspek keuangan kami mulai menentukan strategi penentuan harga dalam ide bisnis, merencanakan revenue stream dan cost structure dalam 3 tahun kedepan, membuat cashflow dalam periode tertentu.

##### 2. Aspek Operasional

Aspek operasional mulai membuat proses bisnis customer order.

##### 3. Aspek TI

Aspek TI mulai membuat warehouse sederhana terkait ide bisnis.

##### 4. Aspek SDM

Aspek SDM terkait dengan pembuatan structure organisasi dalam ide bisnis, daftar sumber daya manusia dalam bisnis serta penentuan gaji dari setiap chief/karyawan dan melakukan perbandingan penerimaan gaji.

#### Tematik Capstone 5

Pada tematik 5 digiring dengan implementasi tugas proyek mengenai :

##### 1. Aspek Keuangan

Aspek keuangan selanjutnya yaitu membuat neraca keuangan dan proyeksi laba rugi dari proyeksi pendapatan dan pengeluaran yang telah disusun sebelumnya.

##### 2. Aspek Operasional

Aspek operasional selanjutnya yaitu merancang proses bagaimana membuat layanan terjamin tercapai sesuai janji. Dengan mengidentifikasi area layanan yang harus dijaga, dan menentukan poin service level agreement.

### 3. Aspek TI

Aspek TI selanjutnya yaitu mulai membuat tampilan customer dashboard, Prototype purwarupa yang nantinya agar dapat dilakukan uji coba kepada pengguna, agar dari umpan balik uji coba tersebut dapat dilakukan perbaikan.

#### Tematik Capstone 6

Pada tahap ini kami mulai berkolaborasi dengan tim Digital marketing camp yang akan memasarkan produk/jasa yang telah kami sepakati. Disamping itu kami juga Menyusun untuk peluncuran MVP yang paling sederhana dari ide bisnis. Lalu dari aspek operasional mulai menyiapkan kebutuhan apa saja yang membutuhkan pemasok dan memikirkan aspek penting apakah yang dapat membuat Kerjasama menjadi lebih baik.

#### Tematik Capstone 7

Pada tahap ini melaporkan hasil kemajuan kolaborasi Digital Marketing, membuat perencanaan Go To Market, sasaran konkrit, kanal pemasaran, aspek operasional mulai melakukan perancangan *key performance indicator* dan cara pengukurannya, serta pembuatan *Dashboard* customer untuk IT.

#### Tematik Capstone 8

Pada tahap ini merupakan tahap final yang dilalui, dimana ditahap ini merupakan ringkasan singkat dari proses dari awal sampai akhir. Yang mana pada tahap ini ide bisnis terlihat lebih jelas, dari mulai persoalan yang diangkat, solusi yang ditawarkan, rencana peluncuran awal, kanal pemasaran yang di pakai, serta bagan BMC yang sudah jelas.

## 2. Pencapaian Hasil dari Proyek Lapak Franchise

### Hasil Kolaborasi Bersama tim Digital Marketing Camp

Kolaborasi tim ESSS dan tim DMC yaitu sebuah kolaborasi antara tim penyedia bisnis digital dan tim pemasaran digital marketing. Dalam kolaborasi ini kedua belah pihak akan bekerja sama untuk mencapai tujuan/target yang telah ditetapkan oleh tim ESSS sebagai pemilik ide bisnis. Dalam hal ini sasaran yang akan dipasarkan oleh tim ESSS lapak franchise yaitu mengenai bagaimana cara membangun kesadaran kepada masyarakat social media terhadap hadirnya Lapak Franchise dan pentingnya investasi franchise makanan dan minuman.

#### **4. PENUTUP**

Setelah mengikuti kegiatan Studi Independen Bersertifikat E-commerce: Start up, Smart up & Scale up Batch 3 ini, dapat penulis simpulkan bahwa:

- 1.** Program Studi Independen Bersertifikat ini dilaksanakan mulai 18 Agustus - 31 Desember 2022 dengan kurun waktu 4 bulan dan proses pembelajarannya selama 24 minggu yang terdiri dari 120 pertemuan dimana dalam perminggunya terdapat 5 pertemuan. Program ini berfokus pada E-Commerce: Start Up, Smart Up, & Scale Up Power Academy, powered by Power Commerce Asia (PT Mitra Semeru Indonesia). Power Commerce Asia adalah e-commerce enabler terkemuka di Asia yang berbasis di Indonesia.
- 2.** Di dalam membangun sebuah startup E-Commerce sangat diperlukan kerja sama yang baik antar team, tidak bisa hanya mengandalkan diri sendiri, walaupun sikap mandiri juga sangat diperlukan, tetapi membangun startup E-Commerce ini juga sangat diperlukan sikap agile dengan pola pikir yang baik dan luas, sikap kolaborasi yang baik antar team, kreatif dan inovatif, dapat berpikir kritis, serta diperlukan kerjasama dengan berbagai team di dalam project, kerja sama dengan pembimbing dan semuanya untuk mendukung berdirinya dan bertumbuhnya startup dalam mencapai target-target yang telah ditentukan.
- 3.** Lapak Franchise merupakan sebuah website penyedia layanan jasa informasi kemitraan mengenai franchise dan jasa konsultasi keuangan yang mengarahkan orang-orang untuk investasi ke bisnis trial/franchise yang tersedia di Jawa Tengah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Inas, F. (2019). Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 130-148.
- Prihandono, D. (2021). Franchise Business Sustainability Model: Role of Conflict Risk Management in Indonesian Franchise Business. *Problems and Perspectives in Management*.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Mardani (JPMM)*, 1-17.