

UPAYA PENINGKATAN IPTEK TENTANG *E-MARKETPLACE* MELALUI SOSIALISASI DAN *WORKSHOP* DI DESA BEDAH LAWAK, KABUPATEN JOMBANG

Yesy Diah Rosita^{1*}), Fajar Indra Kurniawan¹, Ronny Makhfuddin Akbar¹

¹Universitas Islam Majapahit

^{*}Email : yesydr.ft@unim.ac.id

Diterima 1 Januari 2022 / Disetujui 23 Januari 2022

ABSTRAK

Penerapan Program Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) akibat adanya pandemi Covid-19 memang mampu melumpuhkan kegiatan sosial masyarakat, khususnya transaksi jual-beli. Pemerintah pusat menerapkan program tersebut demi meminimalisir penyebaran virus Covid-19. Hal ini menyebabkan para pengusaha mikro untuk bertahan melangsungkan perekonomiannya dengan mengalihkan transaksi jual-beli dari offline menjadi online begitupun dengan masyarakat Desa Bedah Lawak yang mengalami hal yang sama. Hanya saja masih terdapat keterbatasan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi dan *e-marketplace* sehingga diperlukan adanya kegiatan sosialisasi dan *workshop* untuk meningkatkan pengetahuan tersebut. Kegiatan sosialisasi dan *workshop* tersebut berlangsung selama kurang dari 2 jam namun mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat Desa Bedah Lawak. Hal ini dibuktikan dengan pengujian hipotesis t-test terhadap skor perolehan peserta saat *pre-test* (tes sebelum kegiatan) dan *post-test* (tes sesudah kegiatan). Tes atau kuis tersebut diberikan dengan memanfaatkan aplikasi berbasis website yakni www.quizizz.com. Hasil dari kuis tersebut berupa data kuantitatif sehingga dapat dilakukan pengujian statistik. Secara keseluruhan, peningkatan pengetahuan masyarakat Desa Bedah Lawak tentang pemanfaatan teknologi informasi dan *e-marketplace* sebesar 41%. Jadi, dapat dikatakan bahwa kegiatan tersebut cukup berhasil untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tersebut.

Kata kunci: covid-19, *e-marketplace*, sosialisasi, quizizz.

ABSTRACT

The implementation of the Community Activity Restriction Program due to the Covid-19 pandemic can paralyze community social activities, significantly buying and selling. The central government implemented this program to decrease the spreading of the Covid-19 virus. It causes micro-entrepreneurs to survive and continue their economy by buying and selling transactions from offline to online as well as with the Bedah Lawak Village community who experience the same thing. It's just that there is still limited knowledge about the use of information technology and e-marketplaces. It shows that socialization and workshops are needed to increase this knowledge. The socialization and workshop activity occur less than 2 hours but were able to have a significant impact on increasing the knowledge about information technology and e-marketplace of the Bedah Lawak Village community. It is evidenced by testing the t-test hypothesis on the participants' scores on pre-test and post-test. The test or quiz is given by utilizing a website-based application that is www.quizizz.com. The quiz result is quantitative data that statistical testing can be carried out. Overall, the increase in knowledge of the Bedah Lawak Village community about the use of information technology and e-marketplaces was

41%. So, it can be said that the activity was quite successful in increasing the knowledge of the community.

Keywords: covid-19, e-marketplace, socialization, quizizz.

PENDAHULUAN

Pemanfaatan Teknologi Informasi mengalami percepatan yang luar biasa apalagi saat kondisi pandemi Covid-19. Pemerintah pusat memberlakukan Program Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk meminimalisir terjadinya penyebaran virus Covid-19. Sebisa mungkin semua kegiatan sosial masyarakat dilakukan secara dalam jaringan (daring/online) termasuk kegiatan jual-beli. Hal ini menjadi sebuah tantang tersendiri bagi para pengusaha. Semua elemen masyarakat secara tidak langsung dipaksa untuk tidak gagap dalam pemanfaatan teknologi informasi.

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak Maret 2020 hingga akhir tahun 2021 masih belum berakhir. Terjadinya pandemi Covid-19 ini memang memiliki sisi negatifnya namun tidak dipungkiri bahwa pandemi ini juga memiliki sisi positif yakni dengan keterbatasan berinteraksi sesama masyarakat dapat memicu masyarakat sendiri untuk lebih cepat tanggap dalam pemanfaatan teknologi informasi seperti adanya peningkatan transaksi jual beli masyarakat yang berbasis *online*. Transaksi ini umumnya memanfaatkan *e-marketplace* di Indonesia seperti Tokopedia, Bukalapak, Shopee, dan lain-lain. Pihak penjual dan pembeli tidak bertemu langsung dan melibatkan pihak jasa pengiriman produk. Sistem pembayarannya juga dilakukan

secara online baik menggunakan *Virtual Account (VA)* (Nurhaeni et al., 2016), *E-money* (Rohmah et al., 2019), dan *internet banking* (Verdina, 2021).

Sistem jual beli yang bersifat *online* ini hanya dapat dilakukan oleh masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi pada *e-marketplace*. Pada sisi lain, masih banyak masyarakat tingkat menengah ke bawah yang belum mengenal *e-marketplace* padahal pada era ini hampir semua elemen masyarakat memiliki *smartphone* yang dapat digunakan untuk bertransaksi apapun secara *online*. Para pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) atau bahkan ibu rumah tangga yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan produk masih mengalami kesulitan dalam melakukan penjualan. Hal ini juga dialami oleh masyarakat Desa Bedah Lawak, Kecamatan Tembelang, Kabupaten Jombang.

Luas Desa Bedah Lawak yang mencapai 30.8 Km² dipimpin oleh seorang Kepala Desa yang menaungi 4 dusun, 5 RW (Rukun Warga) dan 19 RT (Rukun Tetangga) (NN, 2020). Kepala Desa Bedah Lawak memiliki niat yang baik dan sangat mengerti kondisi masyarakatnya. Upayanya dalam mensejahterakan masyarakatnya dituangkan dalam bentuk mengadakan kegiatan sosialisasi dengan topik smart berbisnis digital. Hal ini dilakukan karena diharapkan luaran dari kegiatan tersebut

dapat memberikan stimulus bagi masyarakat untuk memanfaatkan teknologi informasi pada *e-marketplace* dalam berbisnis. Kegiatan tersebut tentu saja mendatangkan narasumber yang sudah berpengalaman dalam memberikan penyuluhan tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam *e-marketplace*.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut dapat dirumuskan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat terdapat 2 hal yang perlu ditingkatkan yakni:

1. Pengetahuan masyarakat tentang teknologi informasi dan *e-marketplace* yang masih perlu ditingkatkan lagi.
2. Pengetahuan masyarakat terhadap penggunaan aplikasi *e-marketplace*.

METODE KEGIATAN

Solusi yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut berupa pengadaan kegiatan sosialisasi dan *workshop* tentang pemanfaatan teknologi informasi dan *e-marketplace* untuk masyarakat Desa Bedah Lawak. Kegiatan tersebut berlangsung pada tanggal 20 Desember 2021. Sebelum dan sesudah kegiatan akan diberikan *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui seberapa besar terjadi peningkatan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi dan *e-marketplace*.

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan antara lain:

1. Penyusunan materi yang meliputi *intermezzo e-marketplace*, data statistik

pengguna internet, pertumbuhan dan adopsi *e-commerce*, ruang lingkup *e-marketplace*, dan cara penggunaan aplikasi Tokopedia sebagai salah satu bentuk *e-marketplace* buatan dalam negeri.

2. Penyusunan pertanyaan *pre-test* dan *post-test* dengan menggunakan aplikasi berbasis *website* yakni www.quizizz.com. Aplikasi ini bersifat *multiplayer* dan dapat digunakan secara bersamaan serta dapat menyajikan perankingan (Wahyuillahi et al., 2021). *Pre-test* dan *post-test* diberikan dalam bentuk kuis atau kumpulan pertanyaan sebanyak 7 pertanyaan dengan pertanyaan yang sama dan batasan waktu masing-masing pertanyaan selama 10 detik.
3. Pembentukan tim pelaksana. Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan 3 orang dosen dan melibatkan 1 orang mahasiswa untuk membantu kelangsungan kegiatan tersebut. Keseluruhan tim pelaksana berasal dari Program Studi Teknik Informatika, Universitas Islam Majapahit yang memiliki pengetahuan, kemampuan serta pengalaman dalam melaksanakan sosialisasi dan *workshop* tentang pemanfaatan teknologi informasi terhadap *e-marketplace*.

b. Tahap Inti

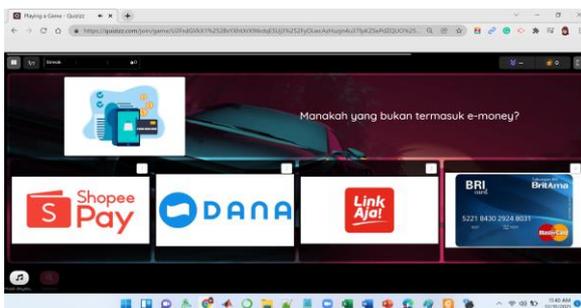
Kegiatan diawali dengan sambutan oleh Bapak Kepala Desa yaitu Bapak Masrum, S.Pd., M.Pd. dan dilanjutkan dengan acara sosialisasi dan *workshop* tentang pemanfaatan teknologi informasi dan *e-marketplace*. Sebelum kegiatan

tersebut, seluruh peserta berpartisipasi terhadap kuis yang diberikan yakni *pre-test* dan begitupun pada akhir kegiatan.



Gambar 1. Sambutan para pemateri bersama Kepala Desa Bedah Lawak

Pertanyaan kuis disajikan secara *online* dengan memanfaatkan aplikasi berbasis website yakni www.quizizz.com. Kegiatan ini diikuti sepenuhnya oleh 8 warga Desa Bedah Lawak yang berlangsung dari jam 10.30 WIB hingga 12.00 WIB. Jumlah peserta sebanyak 8 orang yang merupakan peserta yang dianggap telah mengikuti dari awal hingga akhir kegiatan karena ada beberapa yang tidak mengikuti kegiatan hingga tuntas.



Gambar 2. Contoh pertanyaan pada *pre-test* dan *post-test* dengan aplikasi www.quizizz.com

Pemberian *pre-test* dan *post-test* bertujuan untuk mengukur seberapa besar terjadinya peningkatan pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi dan *e-marketplace* antara sebelum dan sesudah dilaksanakan sosialisasi dan

workshop tersebut. Hasilnya berupa data statistik yang dapat dianalisis tingkat pengaruh adanya kegiatan tersebut.

Penyajian materi diberikan oleh 2 orang dosen yakni Yesy Diah Rosita S.Kom., M.Kom. dan Fajar Indra Kurniawan, S.Kom., M.Kom. serta 1 orang dosen dan 1 orang mahasiswa untuk mendampingi para peserta yakni Ronny Makhfuddin Akbar, S.Kom., M.Kom. dan Ilmy Rahmawaty.



Gambar 3. Penyajian materi *smart* berbisnis *digital*

Materi pertama yang diberikan berisi tentang definisi *e-marketplace*, ruang lingkupnya, persiapan yang diperlukan sebelum berkecimpung dengan *e-marketplace* seperti alat, akun internet, produk, dan *e-payment*.

1) Alat

Alat yang diperlukan dalam *e-marketplace* meliputi perangkat dan infrastruktur jaringan komunikasi.

2) Produk

Produk dapat berupa barang atau jasa. Produk yang dihasilkan harus mempertimbangkan 6 hal, yaitu:

1. **Kemasan;** kemasan produk harus terjamin keamanannya, memiliki daya tarik konsumen, kepuasan, kepercayaan, dan diferensiasi dari kemasan produk lainnya.

2. **Peluang**; Produsen harus melakukan riset produk dan pasar, toko *online*, memiliki *knowledge* tentang peluang penjualan, dan manajemen keuangan.
3. **Harga**; Ada istilah Bahasa Jawa “*Rego Nggowo Rupo*” artinya tingginya harga produk mencerminkan kualitas produk. Namun di sisi lain masih banyak produk dengan harga yang tinggi namun kualitas produknya tidak seirama. Oleh karena itu diperlukan riset produk dan pasar.
4. **Kualitas**; Kualitas produk dinilai dari daya tahan, keandalan, kemudahan dalam pengoperasian, reparasi, dan memiliki eksklusivitas.
5. **Ancaman**; Penilaian produk juga dapat memberikan ancaman terhadap penjualan seperti adanya reputasi, ulasan, dan deskripsi produk. Oleh karena itu 4 poin sebelumnya harus dipertimbangkan dengan baik.
6. **Keunikan**; Produk yang berbeda dengan produk lainnya atau memiliki keunikan sendiri memberikan ciri khas atau citra produk itu sendiri. Hal ini dapat diperoleh dengan adanya pengamatan dari kompetitor, saran dan kritik konsumen, adanya inovasi dan evaluasi, serba sabar dan konsisten.

3) **E-payment**

E-payment merupakan teknik transaksi pembayaran yang melibatkan jaringan *internet*. *E-payment* sangat diperlukan dalam bertransaksi di dunia *e-marketplace* karena semua transaksi jual-beli bersifat *online* atau melibatkan jaringan *internet*. Teknik pembayaran ini terbagi menjadi 3 macam yaitu dengan memanfaatkan *virtual account*, *e-money*, dan *internet banking*.

1. **Virtual Account**; fasilitas ini berupa pemberian nomor rekening yang bersifat *virtual* (bukan nomor akun rekening sebenarnya) dan hanya berlaku dalam masa tertentu. Pihak bank akan memberikan nomor *virtual account* yang baru apabila nomor sebelumnya sudah melewati batas maksimal waktu yang ditentukan oleh pihak bank.
2. **E-money**; dalam 10 tahun terakhir ini sudah mulai banyak *e-money* yang dapat digunakan seperti OVO, Gopay, ShopeePay, LinkAja, dan sebagainya. *E-money* merupakan uang yang bersifat elektronik. *E-money* dapat diisi ulang sesuai kebutuhan dengan melakukan pembayaran pada bank, Indomart, alfamart, dan sebagainya. *E-money* ini cukup diakses dengan aplikasi *e-money* yang terpasang pada *smartphone* yang dimiliki pengguna.
3. **Internet Banking**; konsumen dapat memanfaatkan internet banking melalui *website* bank yang dimiliki oleh bank masing-masing seperti bank BRI dengan <https://ib.bri.co.id/>, bank BNI <https://ibank.bni.co.id/>, dan lain-lain.

4) **Akun Internet**

Seperti halnya hidup di dunia nyata, setiap penduduk wajib memiliki kartu identitas seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), Surat Ijin Mengemudi (SIM), Paspor, dll. Begitupun dengan di dunia maya, setiap penduduk dunia maya atau dikenal dengan netizen wajib memiliki akun email seperti Gmail, Ymail, dan lain-lain. Dan selanjutnya dapat bertransaksi di *e-marketplace* (seperti Tokopedia, Bukalapak, Akulaku, dan lain-lain) dengan menggunakan akun email yang

telah dibuat meskipun nitizen dapat menggunakan nomor *handphone* yang dimiliki pengguna.

c. Tahap Akhir

Pelaksanaan *pre-test* dan *post-test* tidak diikuti oleh peserta yang sama namun data yang digunakan untuk dianalisis adalah hasil pengerjaan oleh peserta yang sama. Hasil *pre-test* dan *post-test* dapat diunduh pada aplikasi www.quizizz.com dalam bentuk *file type* .xlsx dan .pdf. Adapun rincian bentuk laporannya sebagai berikut:

1) File Type .xlsx

Laporan dalam bentuk .xlsx terdiri dari 4 macam laporan, antara lain:

1. **Overview**, laporan ini menyajikan informasi yang meliputi isi dan bentuk pertanyaan (*multiple choice*), akurasi pertanyaan yang dijawab peserta, rata-rata waktu per pertanyaan (menit::detik), jumlah jawaban pertanyaan yang benar, salah, dan tidak dijawab, serta keterangan masing-masing peserta dalam menjawab pertanyaan.
2. **Participant Data**, laporan ini menyajikan informasi yang meliputi urutan peserta terbaik, nama peserta, jumlah pertanyaan yang telah dijawab dan tidak dijawab, akurasi jawaban, skor, total waktu menjawab pertanyaan, waktu mulai kuis, dan info penggunaan perangkat yang digunakan.

Rank	First Name	Last Name	Attempt #	Accuracy	Score	Correct	Incorrect	Unattempted	Total Time Taken	Started At	Info
1	Jannah	arroyah	8	42%	280	3	3	1	01:02	Mon 20 Dec 2021, 11:11 AM	Chrome Mobile on Android
2	Sahel		8	26%	160	2	4	1	01:15	Mon 20 Dec 2021, 11:11 AM	Chrome Mobile on Android
3	Laila	arroyah	3	26%	200	2	3	2	01:31	Mon 20 Dec 2021, 11:11 AM	Chrome Mobile on Android
4	Mikaela*		7	26%	150	2	5	0	01:38	Mon 20 Dec 2021, 11:11 AM	Chrome Mobile Webview on Android
5	Yanni		7	26%	140	2	5	0	01:26	Mon 20 Dec 2021, 11:11 AM	Chrome Mobile on Android
6	Ma	ahadyah*	8	26%	130	2	4	1	01:45	Mon 20 Dec 2021, 11:11 AM	Chrome Mobile on Android
7	Bu	Ava Maris	4	14%	80	1	3	3	01:08	Mon 20 Dec 2021, 11:11 AM	Chrome Mobile on Android
8	Ary	Harrell	7	14%	90	1	6	0	01:41	Mon 20 Dec 2021, 11:11 AM	Chrome Mobile on Android

Quizizz

Gambar 4. Contoh laporan *time data pre-test* dalam bentuk *file type* .xlsx

3. **Time Data**, laporan ini menyajikan informasi yang meliputi isi dan bentuk pertanyaan (*multiple choice*), akurasi pertanyaan yang dijawab peserta, rata-rata waktu per pertanyaan (menit::detik), dan waktu yang digunakan oleh masing-masing peserta terhadap tiap pertanyaan.

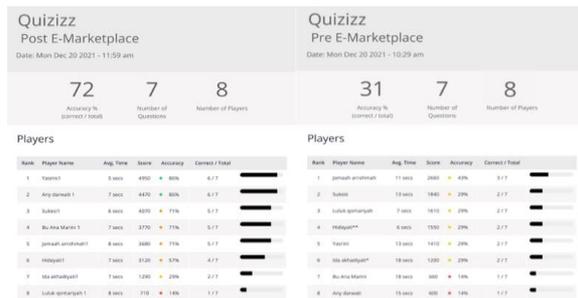
4. **Quiz Details**, laporan ini menyajikan informasi tentang kuis yang diberikan meliputi waktu mulai kuis, tipe kuis, jumlah peserta (partisipan), total partisipan yang berpartisipasi dalam menjawab pertanyaan, akurasi pertanyaan secara keseluruhan, dan waktu berakhirnya kuis.

2) File Type .pdf

Laporan dalam bentuk .xlsx terdiri dari 3 macam laporan, antara lain:

1. **Ringkasan Pertanyaan**, laporan ini menyajikan informasi tentang isi pertanyaan, total akurasi jawaban yang benar dalam bentuk persen, jumlah pertanyaan, jumlah peserta/partisipan, rata-rata waktu yang dibutuhkan peserta dalam menjawab tiap pertanyaan beserta akurasinya, total jawaban yang benar, salah, dan tidak terjawab.
2. **Ringkasan Peserta**, laporan ini menyajikan informasi tentang total akurasi jawaban yang benar dalam bentuk persen, jumlah pertanyaan,

jumlah peserta/partisipan, nama peserta, rata-rata waktu yang dibutuhkan tiap peserta dalam menjawab keseluruhan pertanyaan, skor, akurasi jawaban benar, jumlah jawaban yang benar, dan bar jawaban yang benar dari keseluruhan pertanyaan.



Gambar 5 Laporan rekapitulasi hasil *pre-test* dan *post-test* dalam bentuk *file type .pdf*

3. Laporan Lengkap, laporan ini menyajikan informasi tentang rekapitulasi hasil jawaban dari seluruh peserta dan rekapitulasi hasil jawaban dari tiap peserta. Rekapitulasi seluruh peserta meliputi total akurasi keseluruhan peserta dalam menjawab pertanyaan sedangkan rekapitulasi tiap peserta berisi informasi total jawaban benar, salah, dan tidak terjawab. Selain itu juga menyajikan informasi mengenai total waktu yang digunakan, skor, serta pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan keseluruhan *pre-test* dan *post-test* (lihat gambar 5), terdapat selisih sebesar 41% pada total akurasi antara hasil *pre-test* dan *post-test*. Hal ini membuktikan bahwa secara umum adanya kegiatan sosialisasi dan *workshop* tentang

pemanfaatan teknologi informasi dan *e-marketplace* memiliki pengaruh cukup signifikan. Skor yang terdapat pada masing-masing peserta merupakan hasil penilaian terhadap jawaban yang benar dan waktu atau durasi yang digunakan peserta dalam menjawab sehingga perlu difokuskan kembali pada pengujian untuk perbandingan 2 variabel skor pada *pre-test* dan *post-test* dengan metode t-test (Solikha & Rasyida, 2019).

Raw Data			t-Test: Paired Two Sample for Means	
	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
Peserta				
Yusrini	1410	4950	Mean	1441.25 3257.5
Any	600	4470	Variance	437412.5 2259393
Sukei	1840	4070	Observations	8 8
Ana	660	3770	Pearson Correlation	-0.08688
Jamaah	2660	3680	Hypothesized Mean Difference	0
Hidayati	1550	3120	df	7
Ida	1200	1290	t Stat	-3.03259
Luluk	1610	710	P(T<=t) one-tail	0.009522
			t Critical one-tail	1.894579
			P(T<=t) two-tail	0.019045
			t Critical two-tail	2.364624

Gambar 6 Hasil pengujian t-test

Hasil analisis statistik pengujian hipotesis t-test dengan nilai α (level signifikansi) sebesar 0.05 terhadap skor pada *pre-test* dan *post-test* perlu diketahui bahwa:

1. $H_0: \mu_1 \leq \mu_2$ (Skor *pre-test* dan skor *post-test* adalah sama atau lebih sedikit).
2. $H_1: \mu_1 > \mu_2$ (Skor *pre-test* lebih banyak dari skor *post-test*).
3. Kriteria penerimaan uji hipotesis:
 - a. Terima H_0 jika $t_{hitung} \leq t_{table}$ atau $p_value > \alpha$
 - b. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{table}$ atau $p_value \leq \alpha$
4. Berdasarkan *raw data* yang menunjukkan hipotesisnya $\mu_1 \leq \mu_2$ maka p_value dan t_table yang digunakan yaitu *two-tail* sehingga:

- a. $t_{hitung} (|-3.03259|) > t_{table}$ (2.364624), artinya tolak H_0 (terima H_1), atau
- b. p_value (0.019045) < alpha (0.05), artinya tolak H_0 (terima H_1).

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan selisih akurasi jawaban yang diberikan oleh peserta antara pre-test dan post-test serta diperkuat dengan hasil uji hipotesis t-test maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan tersebut memang terbukti telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan masyarakat tentang tentang teknologi informasi dan e-marketplace serta penggunaan aplikasi e-marketplace.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang didapatkan, pemenuhan target capaian secara optimal dari kegiatan ini dapat dilakukan pendampingan secara berkala yang bersifat evaluasi dan *monitoring*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih ditujukan kepada Pemenintah Desa Bedah Lawak atas fasilitas yang diberikan sehingga kegiatan berlangsung dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- NN. (2020). Desa Bedah Lawak. jombangkab-simkec.com
- Nurhaeni, T., Tiara, K., & Fahliandhini, D. (2016). Rancangan Virtual Account sebagai Media Pembayaran. Innovative Creative and

Information Technology, 2(2), 221–237. <https://ejournal.raharja.ac.id/index.php/cit/article/view/36>

Rohmah, Y. M., Tristiarini, N., Ekonomi, F., Nuswantoro, U. D., Ekonomi, F., & Nuswantoro, U. D. (2019). Jurnal Akuntansi dan Pajak Pengaruh Sistem Pembayaran E-Money Dalam Era Digital Di Tengah Wabah Covid- 19 : Studi Kasus Pada Masyarakat Semarang. 1–11.

Solikha, N., & Rasyida, I. (2019). Efektifitas Pembelajaran E-learning berbasis Schoology terhadap Peningkatan keaktifan dan Hasil Belajar Siswa X IPS MAN Kota Pasuruan. Jurnal Ilmiah Edukasi Dan Sosial, 11(1), 31–42.

Verdina, N. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Penggunaan Internet Banking. Jurnal Ilmiah Maksitek, 6(3), 56–67.

Wahyuillahi, N. I., Nawawi, I., & Mahanani, P. (2021). Penggunaan Aplikasi Quizizz Sebagai Metode Evaluasi dalam Pembelajaran Daring terhadap Hasil Belajar pada Muatan PKn Kelas V SD. Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, Dan Pengelolaan Pendidikan, 1(7), 597–604. <https://doi.org/10.17977/um065v1i72021p597-604>