



## Pemanfaatan Marketplace Shopee Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Terhadap UMKM Pabrik Oto' Mabur Di Desa Bungbaruh Kecamatan Kadur Kabupaten Pamekasan

Halimatus Sa'diyah, Ari Yulianto, Moh. Joko Wardana, Atieqah Pretty Hapsari

Institut Agama Islam Negeri Madura

[halimah261282@iainmadura.ac.id](mailto:halimah261282@iainmadura.ac.id), [yuliantoari046@gmail.com](mailto:yuliantoari046@gmail.com), [danasandores716@gmail.com](mailto:danasandores716@gmail.com), [atqhprttyhpsr02@gmail.com](mailto:atqhprttyhpsr02@gmail.com).

---

### Sections Info

#### Article history:

Received: September, 13, 2023

Accepted: October, 10, 2023

Published online: December, 30, 2023

---

#### Keywords:

Marketplace, Shopee, Oto'

---

### ABSTRACT

*The research topic in this study is the use of the marketplace marketplace to increase product marketing for the Mabur auto factory UMKM in Bungbaruh Village, Kadur District, Pamekasan Regency. The purpose of writing this research is to introduce marketplace shopee to increase the marketing of Oto' Mabur products. The method used in this research is that the researcher used a qualitative approach with a descriptive research type. Data collection techniques using documentation, observation and interviews. This training program aims to help owners of oto' snack production in Bungbaruh Village improve the marketing of their products through the Shopee marketplace platform. Through targeted interviews and outreach, business owners are provided with the in-depth understanding and skills needed to use Shopee as an effective marketing tool. It is hoped that with the continuous application of this new knowledge, sales of hawker otto' can increase significantly and their business can grow better in a wider market. The increase in marketing and exposure on the Shopee platform is expected to open up new opportunities and business growth potential for the production of oto' snacks in Bungbaruh Village.*

---

### Abstrak

Topik penelitian dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan marketplace shopee untuk meningkatkan pemasaran produk terhadap UMKM pabrik oto' Mabur di Desa Bungbaruh Kecamatan Kadur Kabupaten Pamekasan. Tujuan penulisan dalam penelitian ini yaitu untuk memperkenalkan marketplace shopee untuk meningkatkan pemasaran produk Oto' Mabur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi, observasi dan wawancara. Program pelatihan ini bertujuan untuk membantu pemilik produksi jajanan oto' di Desa Bungbaruh meningkatkan pemasaran produk mereka melalui platform marketplace Shopee. Melalui wawancara dan sosialisasi yang terarah, pemilik usaha diberikan pemahaman mendalam dan keterampilan yang dibutuhkan dalam menggunakan Shopee sebagai sarana pemasaran yang efektif. Diharapkan dengan penerapan yang berkelanjutan dari pengetahuan baru ini, penjualan jajanan oto' dapat meningkat secara signifikan dan usaha mereka dapat berkembang dengan lebih baik dalam pasar yang lebih luas. Peningkatan dalam pemasaran dan eksposur di platform Shopee diharapkan akan membuka peluang baru dan potensi pertumbuhan bisnis bagi produksi jajanan oto' di Desa Bungbaruh.

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang mengalami kemajuan pesat di era modern telah mengakibatkan perubahan perilaku manusia, terutama dalam hal berbelanja. Jika sebelumnya untuk memenuhi kebutuhan belanja, seseorang harus mendatangi toko fisik secara langsung, kini tidak lagi. Cukup dengan menggunakan smartphone dan tersambung ke internet, kita sudah dapat memesan barang yang dibutuhkan tanpa perlu keluar rumah. Kemudahan ini tentu saja mempermudah dan mempercepat proses belanja, sehingga waktu dan tenaga dapat digunakan untuk aktivitas lain yang lebih produktif. Selain itu, dengan berbelanja secara online, kita juga memiliki akses ke berbagai pilihan produk dari penjual yang berbeda, memberikan lebih banyak fleksibilitas dalam menentukan pilihan. Meskipun kemajuan teknologi membawa banyak manfaat, kita tetap perlu berhati-hati dalam berbelanja online untuk menghindari risiko keamanan dan privasi. Oleh karena itu, kesadaran akan keamanan digital juga perlu ditingkatkan agar pengalaman berbelanja online tetap menyenangkan dan aman.

Dengan adanya Online Shop sangat membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan. Apa lagi kini banyak inovasi dari Online Shop. Sekarang ini juga berkembang dengan yang namanya E-commerce dan Marketplace. Walaupun sama-sama aplikasi belanja online namun ketiganya memiliki perbedaan. Online Shop atau biasa disebut toko online interaksi antar penjual dan pembeli adalah langsung tanpa perantara melalui chat baik dari Line, BBM ataupun Whatsapp. Dengan Online Shop ini pembeli dapat menanyakan tentang harga atau soal apapun terkait produk kepada penjual bahkan bisa bernegosiasi soal harga. E-commerce merupakan sistem belanja langsung yaitu pembeli tinggal memilih barang yang diinginkan pada sebuah website, kemudian mengklik tombol "beli" dan melakukan transfer sejumlah harga yang tercantum. Sedangkan Marketplace adalah pasar virtual dimana penjual dan pembeli bertemu dan melakukan berbagai jenis transaksi. Disini orang melakukan proses transaksi dengan pertukaran barang maupun jasa untuk menghasilkan uang. Transaksi dalam dunia internet diartikan sebagai e-commerce. Perbedaannya adalah pada e-commerce, barang yang dijual di website hanya satu penjual yaitu si pemilik website. Ia tidak memberi kesempatan kepada para penjual lain untuk menjual produk mereka di website e-commerce selain itu tidak adanya proses tawar-menawar karena harga yang ditawarkan adalah harga pas. Contoh dari e-commerce misalnya zalora.com, berrybenka.com. Sedangkan marketplace terdiri dari berbagai penjual dalam satu wadah yaitu website. Contoh dari Marketplace adalah Shoopee.co.id dan Tokopedia.co.id.<sup>1</sup>

Shopee merupakan salah satu marketplace yang pertama kali dijalankan oleh Garena yang saat ini berubah nama menjadi SEA Group. Garena sendiri mengusung mobile marketplace Bisnis C2C (customer to customer). Pada Desember 2015 shopee resmi diperkenalkan di Indonesia di bawah naungan PT Shopee International Indonesia. Produk yang ditawarkan di marketplace Shopee banyak variasinya, antara lain produk Kecantikan, Pakaian Pria, Pakaian Wanita, Handphone & Accesories, Komputer & Accesories, Perlengkapan Rumah, Elektronik, Makanan & Minuman, Pulsa, Tagihan & Tiket, Fashion Muslim, Fashion Bayi & Anak, Ibu & Bayi, Tas Pria & Wanita, Kesehatan, Fotografi, Olahraga, Voucher, Buku & Alat Tulis, Serba Serbi, Sepatu Wanita & Pria, Souvenir & Pesta, Jam Tangan, Hobi & Koleksi, dan masih banyak lagi. Shopee yang merupakan marketplace yang digunakan oleh para penjual online di Indonesia. Pada tahun 2015 shopee pertama kali ada di Indonesia dan menjadi situs penjualan online yang paling diminati oleh masyarakat. Namun saat pertama kali marketplace Shopee masuk di Indonesia, marketplace ini kalah saing dengan marketplace yang sudah berkembang terlebih

1 Asri Nugrahani Ardianti dan Widiartanto, "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)", *JiAB (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis)*, 08, no. 02 (2019), 2. <https://doi.org/10.14710/jiab.2019.23656>.

dahulu seperti Tokopedia dan Lazada. Tetapi pada tahun-tahun terakhir jumlah download aplikasi dan terpopuler yang memegang rating tertinggi adalah marketplace Shopee.<sup>2</sup>

Online shopping telah menjadi suatu kemudahan yang mengikuti gaya hidup modern saat ini, terutama berkat pesatnya perkembangan jaringan komunikasi. Kemudahan berbelanja dan bertransaksi melalui internet sangat dirasakan oleh pengguna. Pengguna internet merasa terbantu dalam mencari produk tanpa perlu menghabiskan banyak waktu dan tenaga dengan datang langsung ke pusat perbelanjaan. Mereka hanya perlu mengakses situs online shop tanpa harus meninggalkan rumah.<sup>3</sup>

Namun, walaupun ada banyak manfaat, terdapat beberapa kelemahan dalam berbelanja melalui platform online. Beberapa di antaranya adalah perbedaan tampilan produk pada website dengan produk yang diterima oleh konsumen, lamanya waktu pengiriman, dan bahkan kadang-kadang barang yang telah dipesan dan dibayarkan tidak sampai ke tangan pembeli. Semua ini menjadi kekhawatiran dan konsekuensi yang perlu dipertimbangkan ketika berbelanja di situs online. Oleh karena itu, bagi Shopee sebagai salah satu platform marketplace, hal ini menjadi sebuah tantangan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam berbelanja online. Upaya untuk meningkatkan transparansi, kualitas layanan, dan keamanan menjadi penting agar para pengguna merasa lebih nyaman dan percaya dalam melakukan transaksi online.

Saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah memanfaatkan platform Marketplace Shopee. Aplikasi E-commerce tersebut memberikan kepercayaan dengan menyediakan jaminan dan kemudahan bertransaksi, serta mendapatkan penilaian dan rekomendasi dari pelanggan sebagai bentuk dukungan dan layanan di marketplace Shopee, yang bertujuan untuk membangun kepercayaan pengguna di Indonesia.

Seiring dengan kemajuan pesat teknologi informasi, pelaku UMKM menyadari bahwa konsumen cenderung lebih suka berbelanja secara online karena mengikuti perkembangan zaman. Dalam menghadapi perkembangan ini, pelaku UMKM perlu menyusun strategi yang tepat, salah satunya adalah menawarkan produk melalui e-commerce. Setiap pelaku UMKM harus mengikuti perkembangan teknologi agar produk yang mereka tawarkan tetap kompetitif dengan produk dari luar.

Dalam era digital seperti sekarang, kesiapan pelaku industri kecil dan menengah menjadi sangat penting, terutama dalam pengetahuan, keterampilan, dan pemanfaatan teknologi. Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus siap dan mampu memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin maju untuk menawarkan produk mereka.

Berdasarkan permasalahan di atas, tim pengabdian posko 15 KPM Partisipatoris IAIN Madura, bertujuan untuk menjaga dan meningkatkan pemasaran produksi jajanan khas Madura yaitu Oto' di Desa Bungbaruh agar dapat berkelanjutan. Rencana tindak lanjut dalam kegiatan ini adalah melaksanakan pelatihan praktik pemasaran kain songket dengan menggunakan platform marketplace Shopee. Pelatihan ini akan ditujukan kepada pabrik produksi oto', yang ada di Desa Bungbaruh.

Dengan kegiatan pelatihan ini, diharapkan masyarakat Desa Bungbaruh dapat menguasai strategi pemasaran yang tepat untuk mempromosikan dan meningkatkan penjualan jajanan oto'. Tujuan utamanya adalah agar pemasaran jajanan oto' dapat mencakup pasar yang lebih luas dan dapat bersaing dengan produk lainnya. Dengan demikian, diharapkan keberlanjutan dan perkembangan industri jajanan oto' di Desa Penyandingan dapat tercapai melalui upaya pemasaran yang lebih efektif.

<sup>2</sup> Eka Septiana Sulistiyawati dan Anna Widayani, "Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar", *Kompetitif (Jurnal Pemasaran)*, 04, no. 01 (Oktober 2020), 135.

<sup>3</sup> Anna Kurniawati dan Nafiah Ariyani, "Sales Promotion Strategy on Shopee Marketplace", *PROPAGANDA*, 02, no. 01 (Januari 2022), 67.

## B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Peneliti menggunakan pendekatan ini dikarenakan bagi peneliti pendekatan kualitatif lebih mudah dan lebih cocok dengan fenomena yang ada. Selain itu dengan pendekatan ini diharapkan akan diperoleh data yang obyektif mengenai Pemanfaatan Market Place Shopee untuk meningkatkan pemasaran produk terhadap UMKM pabrik otok Mabur di desa bungbaruh kecamatan Kadur Kabupaten Pamekasan.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan model-model matematik, statistik, atau komputer. Proses penelitian dimulai dengan menyusun asumsi dasar dan aturan berpikir yang akan digunakan dalam penelitian. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dalam kegiatannya peneliti tidak menggunakan angka dalam mengumpulkan data dan dalam memberikan penafsiran terhadap hasilnya.<sup>4</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambaran, dan bukan angka-angka. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dokumentasi, observasi dan wawancara .

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Marketplace merupakan suatu wadah digital yang mempermudah proses jual beli, pemberian jasa, dan pertukaran informasi antara penjual dan pembeli secara online. Platform ini memberikan kemudahan bagi penjual dengan berbagai keunggulan, seperti fleksibilitas dalam berjualan tanpa harus memikirkan biaya operasional, karena strategi promosi telah terintegrasi di dalam platform, sehingga tidak perlu repot-promosi secara terpisah. Selain itu, penjual tidak perlu mengeluarkan biaya sewa tempat fisik karena hanya perlu mendaftarkan toko online. Dengan demikian, pelayanan dan promosi dapat ditingkatkan tanpa beban tambahan.<sup>5</sup>

Digital marketing telah menciptakan transformasi bisnis sehingga komunikasi antara seller dan buyer dapat dilakukan dengan lebih intens. Internet bukan hanya mampu melakukan pertukaran mata uang, tetapi juga lebih mudah dan cepat digunakan sehingga memberikan kenyamanan kepada calon konsumen yang menginginkan transaksi yang praktis.<sup>6</sup>

Shopee merupakan aplikasi marketplace online yang memudahkan dan mempercepat proses jual beli melalui ponsel. Dalam platform Shopee, pengguna dapat menemukan berbagai produk, mulai dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari. Aplikasi Shopee hadir dalam bentuk mobile, memungkinkan pengguna untuk berbelanja secara online tanpa harus menggunakan perangkat komputer. Shopee hadir di Indonesia untuk memberikan pengalaman belanja yang inovatif dan baru bagi masyarakat.<sup>7</sup>

Aplikasi Shopee ini menjual berbagai macam produk, disertai dengan beberapa rekomendasi yang disediakan untuk para konsumen yang menikmati aplikasi Shopee itu sendiri, Aplikasi Shopee merupakan salah satu bentuk dari ecommerce dimana setiap proses transaksi antara penjual dan pembeli dilakukan secara daring/online. Karena semakin banyaknya pengguna yang melakukan transaksi secara online maka secara langsung memberikan dampak yaitu rasa kepercayaan pembeli terhadap keamanan daripada transaksi e-commerce. Hal ini

<sup>4</sup> Benny Pasaribu, Atty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, Rizqon Halal Syas Aji, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Banten: Media Edu Pustaka, 2022), 137.

<sup>5</sup> Anita Desiani, Irmeilyana, Ajeng Islamia Putri, Enya Yuniar, Nur Avisia Calista, Siddiq Makhalli, Ali Amran, "Pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket", *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 04, no. 02 (2021), 211.

<sup>6</sup> Giati Anisah, "Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro", *MAFAZA*, 01, no. 01 (2021), 2.

<sup>7</sup> Bobby Hartanto dan Leni Indriyani, *Minat Beli di Marketplace Shopee* (Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional, 2021), 28.

dikarenakan Shopee merupakan aplikasi belanja berbasis daring atau online. Serta dalam proses transaksi jual belinya menggunakan teknologi yaitu gadget.<sup>8</sup>

Jadi dapat disimpulkan marketplace Shopee adalah bahwa Shopee adalah sebuah aplikasi mobile yang berfungsi sebagai platform marketplace online untuk jual beli berbagai produk. Dengan menggunakan Shopee, pengguna dapat dengan mudah dan cepat melakukan transaksi jual beli melalui ponsel mereka. Aplikasi ini menawarkan berbagai macam produk dari fashion hingga kebutuhan sehari-hari, sehingga memberikan pengalaman berbelanja yang lengkap dan praktis. Shopee hadir sebagai solusi inovatif dalam dunia *e-commerce*, dengan tujuan membawa kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna di Indonesia dan negara lainnya.

Pemasaran merupakan suatu proses yang mencakup penelitian terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen (probel/search), produksi barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan mereka (pengembangan produk), penentuan harga yang tepat (penentuan harga), promosi untuk meningkatkan kesadaran produk di kalangan konsumen (strategi promosi), serta distribusi produk kepada konsumen (saluran distribusi). Proses ini membentuk rangkaian langkah yang terencana dan terkoordinasi untuk memastikan produk atau jasa dapat mencapai pasar dengan efektif dan memuaskan kebutuhan konsumen.<sup>9</sup>

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.<sup>10</sup>

Jajanan oto' merupakan jajanan atau camilan khas madura, yang bahan utamanya yaitu dari biji oto' atau yang sering dikenal yaitu kacang panjang. Jajanan ini memiliki rasa nikmat dengan rasa gurih dan pedas manis. Jajanan oto' banyak diminati oleh masyarakat luas, selain rasanya yang enak jajanan oto' ini memiliki harga yang ekonomis dan ramah dikantong.

Produksi oto' di pabrik Mabur yang bertempat di desa Bungbaruh Kecamatan Kadur Kabupaten Pamekasan pada saat awal produksi bisa mendistribusikan produknya hingga 1 ton. Kemudian lambat laun produksinya pun menurun. Menurunnya produksi oto' disebabkan karena pemasaran yang kurang dan persaingan yang cukup tinggi. Pemasaran hanya menggunakan sales dan ruang lingkungannya hanya sekitar area pamekasan, sehingga hal tersebut mengurangi produksinya.

Maka dari itu, diadakan suatu program pelatihan yang bertujuan untuk mengajarkan cara memanfaatkan marketplace sebagai alternatif untuk meningkatkan pemasaran produk Oto' Mabur di Desa Bungbaruh. Program pelatihan ini mencakup pendampingan dan pembelajaran, dimana peserta akan diberikan pengetahuan, pemahaman, serta keterampilan dalam menggunakan aplikasi marketplace sebagai sarana untuk meningkatkan pemasaran jajanan Oto'.

Pada tahap awal program kami di Desa Bungbaruh, Kecamatan Kadur, kami melakukan peninjauan mengenai metode penjualan yang digunakan oleh produksi oto' di desa tersebut dan mengukur tingkat pemahaman pemilik usaha terhadap media penjualan, termasuk di antaranya marketplace. Kegiatan ini dilaksanakan melalui wawancara dengan pemilik pabrik jajanan oto' di Desa Bungbaruh, dengan tujuan untuk memahami secara lebih mendalam proses pembuatan jajanan oto' dan strategi penjualannya.. Wawancara bersama owner pabrik oto' dapat dilihat pada gambar 1.

<sup>8</sup> Utami Maulidia, "Marketplace Shopee Sebagai Alternatif Mengembangkan Ekonomi Kreatif Di Masa Pasca Pandemi Covid-19", *Madani Syariah*, 05, no. 01 (Februari 2022), 34.

<sup>9</sup> Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 135.

<sup>10</sup> Yoesoep Edhie Rachmad, dkk., *Manajemen Pemasaran* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022), 1.



**Gambar 1 observasi dan wawancara dengan owner pabrik UMKM oto'**

Setelah berhasil melakukan wawancara, langkah berikutnya adalah menyusun dan merancang materi yang akan disampaikan kepada pemilik produksi oto' mengenai proses pembuatan akun di platform marketplace Shopee. Dalam materi ini, kami akan memberikan panduan langkah demi langkah tentang bagaimana cara mendaftar dan mengelola akun Shopee secara efektif untuk meningkatkan potensi penjualan produk oto' mereka.

Setelah menyelesaikan penyusunan materi, langkah berikutnya adalah melakukan sosialisasi kepada pemilik produksi jajanan oto' mengenai cara pembuatan akun di marketplace Shopee. Selain itu, kami akan menjelaskan secara mendetail fitur-fitur yang ada di platform Shopee dan cara efektif untuk memposting produk jajanan oto' di sana. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada para pemilik usaha tentang potensi dan manfaat menggunakan Shopee sebagai saluran penjualan.



**Gambar 2 sosialisasi pembuatan akun marketplace Shopee kepada owner Pabrik jajanan oto'.**

Setelah melakukan sosialisasi mengenai Shopee, kami akan melakukan evaluasi bersama pemilik pabrik produksi oto' Mabur untuk memastikan mereka benar-benar memahami dan menguasai aplikasi Shopee. Tujuan dari evaluasi ini adalah agar pemilik usaha dapat menerapkan pengetahuan yang didapatkan secara berkelanjutan, sehingga dapat meningkatkan penjualan jajanan atau camilan oto' secara keseluruhan. Dengan begitu, diharapkan usaha mereka dapat tumbuh dan berkembang melalui pemanfaatan platform marketplace yang lebih luas seperti Shopee.

#### **D. KESIMPULAN**

Program pelatihan ini bertujuan untuk membantu pemilik produksi jajanan oto' di Desa Bungbaruh meningkatkan pemasaran produk mereka melalui platform marketplace Shopee. Melalui wawancara dan sosialisasi yang terarah, pemilik usaha diberikan pemahaman mendalam dan keterampilan yang dibutuhkan dalam menggunakan Shopee sebagai sarana

pemasaran yang efektif. Diharapkan dengan penerapan yang berkelanjutan dari pengetahuan baru ini, penjualan jajanan oto' dapat meningkat secara signifikan dan usaha mereka dapat berkembang dengan lebih baik dalam pasar yang lebih luas. Peningkatan dalam pemasaran dan eksposur di platform Shopee diharapkan akan membuka peluang baru dan potensi pertumbuhan bisnis bagi produksi jajanan oto' di Desa Bungbaruh.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Asri Nugrahani Ardianti dan Widiartanto, "Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee.(Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP Undip)", *JIAB (Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis)*, 08, no. 02 (2019).  
<https://doi.org/10.14710/jiab.2019.23656>.
- Eka Septiana Sulistiyawati dan Anna Widayani, "Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar", *Kompetitif (Jurnal Pemasaran)*, 04, no. 01 ( Oktober 2020 ).
- Anna Kurniawati dan Nafiah Ariyani, "Sales Promotion Strategy on Shopee Marketplace", *PROPAGANDA*, 02, no. 01 ( Januari 2022).
- Benny Pasaribu, Atty Herawati, Kabul Wahyu Utomo, Rizqon Halal Syas Aji, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Banten: Media Edu Pustaka, 2022).
- Anita Desiani<sup>1</sup>, Irmeilyana, Ajeng Islamia Putri, Enyta Yuniar, Nur Avisia Calista, Siddiq Makhalli, Ali Amran, "Pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket", *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 04, no. 02 (2021).
- Giati Anisah, "Pelatihan Digital Marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee Untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro", *MAFAZA*, 01, no. 01 (2021).
- Bobby Hartanto dan Leni Indriyani, *Minat Beli di Marketplace Shopee* (Padang: PT. Inovasi Pratama Internasional, 2021).
- Utami Maulidia, "Marketplace Shopee Sebagai Alternatif Mengembangkan Ekonomi Kreatif Di Masa Pasca Pandemi Covid-19", *Madani Syariah*, 05, no. 01 (Februari 2022).
- Suryana , *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Jakarta: Salemba Empat, 2006).
- Yoesoep Edhie Rachmad, dkk., *Manajemen Pemasaran* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022).