

Optimalisasi Penggunaan Market Place Sebagai Sarana Penjualan Digital

Muhamad Arda
mochridwan@hotmail.com

Abstrak. Ing jaman digital iki, ora asing karo transaksi online liwat E-commerce loro ing kalangan remaja nganti diwasa, pasar Shopee minangka salah sawijining E-commerce paling gedhe sing saiki berkembang ing Indonesia, saka asil riset SnapChart ditemokake yen Shopee yaiku platform e-commerce. commerce paling akeh digunakake dening wong kanthi total 28,35 yuta wong ing wulan Agustus 2021. Ing indikator frekuensi transaksi ing riset snapcart, shopee uga dadi perusahaan kanthi frekuensi transaksi saben wulan paling dhuwur dibandingake karo e-commerce liyane sajrone telung wulan kepungkur. Mula saka iku, strategi pemasaran toko L&M dadi alasan kanggo pemasaran produke liwat Shopee E-commerce. Ing kasus iki panliti nggunakake dhata deskriptif kualitatif kanthi teknik nglumpukake dhata lumantar observasi lan wawancara.

Kata Kunci: Pasar, Digital, Teknik bisnis modern

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.beritasatu.com/amp/digital/844059/riset-shopee-dan-tokopedia-bersaing-kuasai-industri-ecommerce-indonesia>

Sudarsono, H. (2020). Buku Ajar: Manajemen Pemasaran. CV Pustaka Abadi.

Fandi Tjiptono, & Gregorius Chandra. (2020). Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika. Cv Andi Offset.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran. CV Andi Offset.

Kotler, dan Keller. (201). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Atmoko, Presetyo Hadi dan Widyaningsih, Heni. (2018). Manajemen dan Bisnis Perhotelan. Yogyakarta: Explore