

**ANALISIS PEMANFAATAN MARKETPLACE SEBAGAI SARANA
PENJUALAN BAGI DROPSHIPPER DI SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

MEILISA

NPM: 19.1.02.02.0101

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

Skripsi Oleh :

MEILISA
NPM: 19.1.02.02.0101

Judul:

**ANALISIS PEMANFAATAN MARKETPLACE SEBAGAI SARANA
PENJUALAN BAGI DROPSHIPPER DI SHOPEE**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

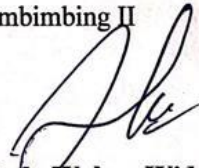
Tanggal: 03 Juli 2023

Pembimbing I



Diah Ayu Septi F., M.M.
NIDN. 0711098703

Pembimbing II



Moch. Wahyu Widodo, M.M.
NIDN. 0721088505

Skripsi oleh:

MEILISA
NPM: 19.1.02.02.0101

Judul:

**ANALISIS PEMANFAATAN MARKETPLACE SEBAGAI SARANA
PENJUALAN BAGI DROPSHIPPER DI SHOPEE**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 21 Juli 2023

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Diah Ayu Septi F., M.M.
2. Penguji I : Hery Purnomo, M.M.
3. Penguji II : Moch. Wahyu Widodo, M.M.



PERNYATAAN

Yang bertanda di bawah ini saya,

Nama : Meilisa
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tgl. Lahir : Kediri/16 Mei 2001
NPM : 19.1.02.02.0101
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka

Kediri, 03 Juli 2023



NPM: 19.1.02.02.0101

Motto:

“Tidak perlu khawatir dengan masa depan, sebab setiap orang memiliki waktunya masing-masing. Sukses adalah saat persiapan dan kesempatan bertemu. Percayalah bahwa kamu bisa, kesuksesan dan ketenangan tinggal separuh jalan lagi. Jangan lupa bersyukur dan ingat bahwa tidak ada kebaikan yang sia-sia”

Persembahan:

Dengan rasa syukur saya panjatkan pada Allah SWT yang mendalam atas terselesaikannya skripsi ini dan kupersembahkan untuk:

- Dua orang hebat dalam hidup saya, Ayah Suroso dan Mama Ning. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku. Saya selamanya bersyukur dengan keberadaan Ayah Mama sebagai orangtua ku
- Mbak Lela dan suaminya Mas Dedik yang bersedia membantu dan menemani saya dalam penelitian menyelesaikan skripsi dengan baik
- Pendamping hidupku yang memberikan semangat, dukungan, motivasi untuk belajar lebih baik dan menemani saya selama proses penyelesaian skripsi
- Sahabat serta teman yang sudah meluangkan waktu mendengarkan curhatan dan memberikan doa agar dipermudah menyelesaikan skripsi
- Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi dan memberikan doa, dukungan serta bantuan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Abstrak

Meilisa: “Analisis Pemanfaatan Marketplace Sebagai Sarana Penjualan Bagi Dropshipper di Shopee”. Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri 2023.

Kata kunci: pemanfaatan *marketplace*, sarana penjualan, *dropshipper*, shopee

Penelitian ini dilatarbelakangi tentang bisnis *dropshipper* yang sedang *trend* di kalangan bisnis jual beli secara *online* di *marketplace*. *Dropshipper* dapat memanfaatkan basis pengguna yang sudah ada di *marketplace* untuk menjangkau calon pelanggan potensial yang lebih banyak dan meningkatkan peluang penjualan. Karena struktur teknologi *marketplace* sangat canggih, *dropshipper* semakin dimudahkan dalam sistem kerja guna memasarkan produk dan mempercepat proses jual beli dengan konsumen. *Marketplace* menyediakan data statistik terkait informasi reputasi toko performa produk dan penjualan, perilaku pelanggan, dan trend pasar. sehingga *dropshipper* dapat memanfaatkan data ini untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, mengidentifikasi peluang dan masalah, kemudian mengambil keputusan yang dapat dipertanggung jawabkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *dropshipper* memanfaatkan *platform marketplace*, sistem kerja *dropshipper* dan tanggung jawab *dropshipper* terhadap konsumennya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik Digital Marketing Dela Rizki Store dan tim kerja. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah Digital Marketing Dela Rizki Store selaku *dropshipper* mampu memanfaatkan *marketplace* untuk melakukan proses jual beli dengan baik agar selalu bertahan dan berkembang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas ke Hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PEMANFAATAN MARKETPLACE SEBAGAI SARANA PENJUALAN BAGI DROPSHIPPER DI SHOPEE”.

Penelitian dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian
4. Ibu Diah Ayu Septi F., M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan dan dorongan kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik
5. Bapak Moch. Wahyu Widodo, M.M. Selaku Dosen Pembimbing II atas segala bimbingan dan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Segenap keluarga penulis tercinta, sahabat, teman dan NIM 20130210176 yang

senantiasa memberi dukungan dan doa sehingga penulis dikuatkan secara moral dan material dalam menyelesaikan skripsi ini

7. Bapak Dedik Kariyawanto, S.Pd. dan Ibu Lela Kornelia, S.Pd. selaku pemilik Digital Marketing Dela Rizki Store atas izin dan bantuannya pada saat penulis melakukan penelitian sehingga penulis dapat melakukan dan menyelesaikan penelitian sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan
8. Rekan kerja di Digital Marketing Dela Rizki Store atas izin dan bantuannya pada saat penulis melakukan penelitian sehingga penulis dapat melakukan dan menyelesaikan penelitian sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran guna penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 21 Juli 2023

Meilisa

NPM : 19.1.02.02.0101

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	xiv
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pemanfaatan <i>Marketplace</i>	Error! Bookmark not defined.
2. Sarana Penjualan <i>Online</i>	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Dropshipper</i>	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pendekatan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Kehadiran Peneliti	Error! Bookmark not defined.
C. Situs Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

- D. Tahapan penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan**Error! Bookmark not defined.**
- F. Prosedur pengumpulan data**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Data primer.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Data sekunder.....**Error! Bookmark not defined.**
- G. Teknik Analisis Data.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. *Noema***Error! Bookmark not defined.**
 - 2. *Epoche*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. *Noesis***Error! Bookmark not defined.**
 - 4. *Intentional Analysis*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 5. *Eidetic Reduction***Error! Bookmark not defined.**
- H. Uji Keabsahan Temuan**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Perpanjang Keikutsertaan.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Ketekunan Pengamatan.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Triangulasi.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Error! Bookmark not defined.**

- A. Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Situs Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Gambaran Umum Informan**Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Deskripsi Situs Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Pemanfaatan *Marketplace* bagi *Dropshipper***Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Sistem Kerja *Dropshipper***Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Tanggung Jawab *Dropshipper* Terhadap Konsumen..... **Error! Bookmark not defined.**
- C. Interpretasi dan Pembahasan.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB V PENUTUP.....**Error! Bookmark not defined.**

- A. Temuan.....**Error! Bookmark not defined.**
- B. Implikasi.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Secara Teoritis.....**Error! Bookmark not defined.**

2.	Secara Praktis	Error! Bookmark not defined.
C.	Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
1.	Bagi Digital <i>Marketing</i> Dela Rizki <i>Store</i>	Error! Bookmark not defined.
2.	Bagi Peneliti Selanjutnya	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
4.1 Daftar Profil Informan.....	50
4.2 Kertas Kerja Analisis Fenomenologi.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Cara Menjadi <i>Dropshipper</i>	20
2.2 Sistem <i>Dropship</i>	21
2.3 Kerangka Berpikir.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Lembar Pengajuan Judul.....	79
2. Berita Acara Bimbingan.....	80
3. Surat Ijin Penelitian.....	82
4. Surat Persetujuan Penelitian.....	83
5. Dokumentasi Wawancara Digital <i>Marketing Dela Rizki Store</i>	84
6. Daftar Pertanyaan Wawancara.....	85

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Kangean & Rusdi (2020), kemajuan teknologi internet semakin hari semakin berkembang pesat. Dengan teknologi internet yang berkembang pesat, kebiasaan konsumsi masyarakat Indonesia juga berubah. Pembelian yang sebelumnya hanya dilakukan di toko *offline* atau secara langsung, kini dapat dilakukan di toko *online* atau biasa dikenal belanja *online*. Belanja *online* dapat dilakukan melalui aplikasi digital yang disebut dengan aplikasi *e-commerce*.

Menurut Sari et al. (2020), *e-commerce* merupakan bentuk komputerisasi dari kegiatan bisnis, di mana kegiatan bisnis dipermudah dan diperluas jangkauannya dengan menggunakan jaringan internet. Penggunaan internet juga merupakan alternatif yang baik untuk melakukan pemasaran *online* seperti *marketplace*. Menurut Hidayat (2019), *Marketplace* adalah aplikasi atau situs *web* yang memberi fasilitas jual beli *online* dari berbagai sumber. Dengan kata lain, *marketplace* merupakan model bisnis dimana situs *web* tidak hanya membantu mempromosikan produk tetapi juga menciptakan jembatan antara penjual dan pembeli. Menggunakan *marketplace* sebagai sarana penjualan *online* memiliki banyak keuntungan bagi penjual, antara lain fleksibilitas waktu, biaya operasional rendah, tanpa iklan karena *platform marketplace* sudah memiliki strategi promosi penjualan sendiri, tidak

memerlukan pembayaran sewa, pengguna hanya perlu mendaftar toko secara *online* untuk menjual produk di *marketplace* dan dapat dengan mudah meningkatkan layanan atau penawaran.

Menurut Tousiya & Surahman (2022), seiring perkembangan teknologi, sistem jual beli pun semakin berkembang. Kini dengan kemajuan teknologi, transaksi jual beli pun semakin mudah dengan bantuan sistem *online*. Saat ini banyak toko *online* atau *e-commerce* yang berkembang pesat seperti shopee. *Marketplace* ini membantu pengguna melakukan transaksi jual beli secara *online*. Jual beli *online* memang banyak diminati terutama pada fitur *marketplace* ini, karena tidak membutuhkan modal yang banyak dan hanya perlu beriklan dengan gambar dan deskripsi produk yang jelas. Bagi pemula yang ingin memulai bisnis *online*, ada dua pilihan yang bisa dipilih yaitu *reseller* dan *dropshipper*. *Reseller* adalah sistem jual beli *online* di mana penjual harus menyetok barangnya, sedangkan *dropshipper* adalah sistem jual beli di mana penjual tidak harus menyetok barang.

Menurut Hadi (2019), dalam sistem *dropshipping* ini ada tiga pelaku yang terkait yakni pembeli, penjual (pemilik barang) dan *dropshipper*. Dengan sistem *dropshipping*, produk baru dipesan saat pelanggan telah membayar produk tersebut kepada *dropshipper*. *Dropshipper* kemudian memesan produk dan mengirimkan informasi tentang produk yang dipesan oleh pelanggan kepada pemilik barang. Kemudian pemilik barang langsung mengirimkan produk yang dipesan oleh pelanggan.

Menurut Tousiya & Surahman (2022), *dropshipping* merupakan penjualan produk yang memungkinkan *dropshiper* menjual barang ke pelanggan dengan bermodalkan foto dari *supplier* atau toko (tanpa harus menyetok barang) dan menjual dengan harga yang ditentukan oleh *dropshipper* atau kesepakatan harga bersama antara *supplier* dengan *dropshiper*. Dalam sistem *dropshipping* ini proses pemasaran bisa dilakukan secara *online* maupun *offline*, namun cara *online* lebih efektif. Bagi pelaku bisnis dalam memasarkan produk secara *online* cukup menggunakan toko *online* yang dimiliki penjual.

Semua jenis transaksi yang dilakukan di *marketplace* tanpa pertemuan tatap muka antara penjual dan pembeli, sehingga jual beli di *marketplace* ini didasarkan pada rasa saling percaya. Teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua karena selain meningkatkan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, juga merupakan alat yang efektif untuk kegiatan ilegal. Masalah lain yang mungkin timbul akibat sistem kerja sama *dropship* misalnya masalah terkait produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan, kesalahan pembayaran, ketidaktepatan pengiriman barang, dan masalah lain yang tidak sesuai dengan ketentuan. Kemudian mengenai tanggung jawab *dropshipper* kepada pembeli di dalam *marketplace* adalah :

1. *Dropshipper* melayani dan melakukan pengiriman produk sesuai pesanan dari *customer* di *marketplace*
2. Apabila terdapat kendala, *marketplace* memiliki hak untuk membantu menyelesaikan kendala antara penjual dan pembeli pada saat pembeli mengajukan pengembalian barang dan dana.

3. *Marketplace* berwenang untuk mengambil keputusan atas permasalahan tersebut dengan melihat bukti-bukti yang ada atau bukti-bukti baru yang harus dilengkapi masing-masing pihak.
4. Pembeli dan penjual dengan ini menyetujui bahwa keputusan *marketplace* atas upaya banding adalah keputusan akhir yang tidak dapat diganggu gugat dan mengikat pihak penjual dan pembeli untuk mematuhi.

Apabila masalah *dropshipper* yang terjadi karena kesalahan *supplier*, maka bisa diajukan ke pihak *supplier* melalui pengajuan bantuan namun dengan syarat yang sudah disepakati bersama. Bisa dengan pengembalian barang atau uang apabila terjadi kesalahan seperti: barang *reject*, tidak sampai, dan barang tidak sesuai pesanan. Sedangkan masalah yang dialami *dropshipper* adalah memilih *supplier* terbaik, banyaknya kompetitor, cara meningkatkan reputasi toko dan keuntungan yang tidak menentu.

Masalah yang dihadapi oleh *Digital Marketing Dela rizki Store* adalah apabila ada pesanan namun stok produk kosong, apabila produk yang sudah dipesan *customer* harganya naik, mengalami kerugian biaya pengiriman, barang yang diterima *customer* tidak sesuai dengan pesanan karena *dropshipper* salah *order* barang ke *supplier*, dan cara menaikkan reputasi beserta mengurus toko *dropshipper* yang dimiliki.

Sebagai upaya menunjukkan adanya kebaruan (*novelty*) antara penelitian ini dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelum-sebelumnya,

maka peneliti berusaha mencari perbedaan penelitian terdahulu mulai dari subjek penelitian, objek penelitian, metode penelitian dan hasil penelitian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nuraida Wahyuni et.al yang berjudul Pengenalan dan Pemanfaatan *Marketplace E-Commerce* Untuk Pelaku UKM Wilayah Cilegon meneliti tentang pesatnya pertumbuhan UKM di wilayah Cilegon menjadi peluang bagi para pelaku usaha yang sudah ada untuk lebih meningkatkan lagi jangkauan pasar. Karena aktivitas jual beli pelaku usaha masih dilakukan dengan cara konvensional. Untuk memperluas pasar, para pelaku usaha dapat memanfaatkan *e-commerce* yang dilatih oleh peneliti mengenai bagaimana membuat dan mengelola akun pada *marketplace*.

Kemudian penelitian terdahulu oleh Nani Utami yang berjudul Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Jual Beli *Online* Sistem *Dropshipping* Di Ritel Wilayah Ponorogo membahas mengenai jual beli *online* sistem *dropshipping* di ritel wilayah Ponorogo belum menerapkan etika bisnis Islam. Karena pihak *dropshipper* masih melakukan diskriminasi kepada pembeli dengan melakukan kebohongan dan juga *memposting* gambar yang tidak sesuai dengan aslinya. Pihak *dropshipper* juga masih memikirkan kepentingannya sendiri dengan tidak memperhatikan hak pembeli. Sehingga sangat merugikan konsumen apabila barang tersebut datang tidak sesuai dengan gambarnya. Apabila terjadi adanya ketidaksesuaian barang yang diterima oleh konsumen, pihak *dropshipper* tidak menerima komplain dalam bentuk apa pun. Sehingga dengan rasa kecewa, pihak konsumen harus menerima barang tersebut meskipun barang tersebut tidak sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen.

Sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada cara *dropshipper* memanfaatkan *marketplace* sebagai sarana jual beli yang baik dengan mendapatkan keuntungan yang signifikan, sistem kerja *dropshipper* dalam memasarkan produk dari *supplier* di *shopee* dan tanggung jawab *dropshipper* melalui *marketplace* kepada konsumen dalam proses jual beli menggunakan metode penelitian kualitatif.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS PEMANFAATAN MARKETPLACE SEBAGAI SARANA PENJUALAN BAGI DROPSHIPPER DI SHOPEE”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada pemanfaatan *marketplace* bagi *dropshipper*, sistem kerja *dropshipper*, dan tanggung jawab *dropshipper* terhadap konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka ditarik permasalahan yang dapat diteliti dan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara *dropshipper* memanfaatkan *marketplace* shopee sebagai sarana jual beli yang baik dan mendapatkan keuntungan yang signifikan?
2. Bagaimana sistem kerja *dropshipper* dalam memasarkan produk dari *supplier* di shopee dan memproses pesanan konsumen?

3. Bagaimana tanggung jawab *dropshipper* melalui *marketplace* di shopee kepada konsumen dalam proses jual beli?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang akan diteliti, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis cara memanfaatkan *marketplace* bagi pebisnis *dropshipping*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis sistem kerja, kelebihan dan kekurangan *dropshipper*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis tanggung jawab *dropshipper* kepada konsumen dalam proses jual beli.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat mengembangkan teori bisnis yang ada. Dalam jangka panjang hasil riset ini diharapkan dapat meningkatkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran dan menjadi referensi atau masukan untuk penelitian pemasaran lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Bagi *supplier*, *dropshipper* dan pembeli yaitu untuk memberikan pemahaman tentang cara-cara melakukan jual beli yang benar di *marketplace*.

