

Dampak Platform Shopee Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM di Indonesia

Dwita Anggriani Sitorus *¹
Samuel Ganda Putra Siregar ²
Sri Bunga Nurhasdiana ³
Syifa Namira Nasution ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politenik Negeri Medan, Indonesia

*e-mail: dwitaanggriani@students.polmed.ac.id, samuelganda@students.polmed.ac.id,
sribunga@students.polmed.ac.id, syifanamira@students.polmed.ac.id

Abstrak

Penelitian ini merupakan literatur review yang bertujuan untuk mensintesis dan menggali dari dampak platform shopee terhadap keberlanjutan UMKM di Indonesia. Pada saat ini, UMKM di Indonesia memiliki peran penting di Indonesia yaitu meningkatkan perekonomian Indonesia. Sekarang ini, dengan majunya teknologi digital terkhusus dalam bidang e-commerce membuat para pedagang di Indonesia mengubah cara dalam menjalankan bisnisnya. Platform shopee merupakan salah satu marketplace terbesar di Asia Tenggara yang menjadi contoh nyata tempat untuk memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung keberlanjutan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah systematic literature review dengan cara memahami, menganalisis, mengidentifikasi, serta mendalami temuan-temuan dari hasil penelitian sebelumnya. Objek penelitian ini adalah jurnal ataupun artikel yang ditemukan di google scholar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital pada platform shopee telah meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing UMKM. Meskipun demikian, tantangan masih dihadapi seperti ketergantungan terhadap infrastruktur digital, kemampuan literasi teknologi pelaku UMKM yang masih terbatas, serta persaingan yang semakin ketat di ranah digital. Namun secara keseluruhan, teknologi digital yang dikembangkan oleh shopee berkontribusi secara signifikan terhadap keberlanjutan UMKM di Indonesia.

Kata kunci: Bisnis; Shopee; Teknologi Digital; UMKM

Abstract

This study is a literature review aimed at synthesizing and exploring the impact of the Shopee platform on the sustainability of MSMEs in Indonesia. Currently, MSMEs in Indonesia play a crucial role in boosting the Indonesian economy. The advancement of digital technology, particularly in e-commerce, has led Indonesian merchants to transform the way they conduct their businesses. The Shopee platform, one of the largest marketplaces in Southeast Asia, serves as a prime example of leveraging digital technology to support business sustainability. The research method used was a systematic literature review, which involved understanding, analyzing, identifying, and exploring the findings of previous research. The research subjects were journals and articles found on Google Scholar. The results of this study indicate that the use of digital technology on the Shopee platform has improved operational efficiency, expanded market reach, and strengthened the competitiveness of MSMEs. However, challenges remain, such as dependence on digital infrastructure, limited technological literacy among MSMEs, and increasingly fierce competition in the digital realm. Overall, however, the digital technology developed by Shopee has contributed significantly to the sustainability of MSMEs in Indonesia.

Keywords: Business; Shopee; Digital Technology; MSMEs

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, terbukti sudah bahwa perkembangan teknologi informasi telah mendorong dalam kemajuan teknologi. Salah satu contoh nyata dari perkembangan ini adalah kemajuan dari adanya internet. Perkembangan internet dan teknologi mobile membuka akses yang lebih luas bagi Masyarakat untuk melakukan transaksi secara online. Platform e-commerce seperti shopee semakin mendominasi sebagai salah satu sarana perdagangan elektronik yang paling banyak digunakan oleh konsumen Indonesia. Bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), perkembangan dari adanya e-commerce menghadirkan peluang yang sangat strategis untuk memperluas pasar tanpa harus bergantung pada keberadaan toko offline ataupun fisik.

Shopee merupakan salah satu contoh dari e-commerce. Shopee adalah sebuah platform e-commerce atau belanja online yang menyediakan tempat bagi penjual untuk memasarkan produk mereka dan bagi pembeli untuk berbelanja berbagai macam barang, mulai dari elektronik, fashion, hingga kebutuhan sehari-hari. Shopee menawarkan berbagai fitur pendukung, seperti system pembayaran terintegrasi, layanan pengiriman, promosi, serta program pembinaan yang dapat membantu UMKM meningkatkan daya saingnya. Shopee, sebagai salah satu platform e-commerce paling populer di Indonesia, menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pelaku UMKM untuk memasarkan produk, mengatur transaksi, serta menjangkau konsumen dari berbagai wilayah. Selain itu, shopee juga menghadirkan program perdampingan, promosi, dan dukungan logistic yang semakin menarik minat UMKM untuk bergabung.

Walaupun shopee memberikan peluang besar bagi para UMKM, pemanfaatan shopee tidak lepas dari sejumlah permasalahan. Keberhasilan bisnis di lingkungan digital membutuhkan kemampuan adaptasi yang cepat, strategi pemasaran yang tepat, serta kualitas produk yang mampu bersaing tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga nasional. Penelitian ini bertujuan untuk memahami kontribusi shopee dalam mendukung daya tahan UMKM, sekaligus melihat hambatan yang dihadapi pelaku usaha dalam ekosistem digital. Pemahaman tersebut diharapkan dapat menjadi landasan bagi pelaku UMKM, pembuat kebijakan, serta platform e-commerce dalam merumuskan strategi yang lebih efektif guna memperkuat keberlanjutan sektor UMKM di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam jurnal ini adalah: (1) Apa dampak penggunaan platform shopee terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Indonesia?; (2) Bagaimana penggunaan shopee mempengaruhi penjualan, visibilitas, dan daya saing UMKM?; (3) Mengapa para pedagang UMKM memilih untuk menggunakan shopee sebagai tempat untuk memperluas jangkauan pasar mereka?

Dari latar belakang dan rumusan masalah di atas, penulis dapat memberitahukan tujuan penelitian sebagai berikut :

- Untuk mengetahui dampak dari penggunaan platform shopee terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Indonesia.
- Untuk mengetahui penggunaan shopee dapat mempengaruhi penjualan, visibilitas, dan daya saing UMKM
- Untuk mengetahui alasan para pedagang UMKM memilih untuk menggunakan shopee sebagai tempat memperluas pasar mereka

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR). *Systematic Literature Review* merupakan istilah yang digunakan untuk merujuk pada metodologi penelitian atau riset terencana dan pengembangan yang dilakukan untuk mengumpulkan serta mengevaluasi penelitian yang terkait pada fokus topik tertentu. Metode SLR dipilih karena memungkinkan peneliti mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis temuan-temuan dari penelitian sebelumnya secara sistematis, transparan, dan terstruktur. Pendekatan ini juga memastikan bahwa hasil penelitian didasarkan pada bukti-bukti ilmiah. Melalui penerapan dari metode *Systematic Literature Review* (SLR) ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan gambaran yang objektif, komprehensif, dan berbasis bukti mengenai pengaruh platform shopee terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari metode *Systematic Literature Review* (SLR) terhadap beberapa bukti ilmiah yang relevan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan platform shopee memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Indonesia. Hasil yang ditemukan menunjukkan bahwa shopee berperan untuk memberikan peluang bagi UMKM untuk meningkatkan pendapatan dan daya saingnya. Keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan shopee sangat dipengaruhi oleh kemampuan digital pelaku usaha. UMKM yang memiliki literasi digital

tinggi cenderung mampu mengoptimalkan fitur-fitur Shopee untuk meningkatkan performa bisnisnya, sedangkan UMKM dengan keterbatasan pengetahuan teknologi seringkali tertinggal dalam persaingan. Oleh karena itu, keberlanjutan bisnis UMKM di Shopee tidak hanya ditentukan oleh fasilitas platform, tetapi juga kompetensi internal pelaku usaha dalam mengelola kegiatan pemasaran, pelayanan pelanggan, dan inovasi produk.

Pada bagian ini, metode *Systematic Literature Review* (SLR) digunakan untuk membahas literatur penelitian dan menghasilkan beberapa paper yang relevan dengan penelitian ini.

No.	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Aisyah Putri Haliza, dkk (2024)	Pengaruh digitalisasi dan pelatihan entrepreneurship terhadap kinerja bisnis UMKM peserta kampus UMKM Shopee di Kota Jakarta.	Digitalisasi dan pelatihan entrepreneurship	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan pelatihan entrepreneurship melalui platform shopee memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM.
2.	Muhammad Akmal, dkk	Pembedayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce Panduan Praktis Membuat Akun Shopee Untuk Aries Craft Rajut	Pemberdayaan UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan ini meningkatkan literasi digital pelaku UMKM, memperluas akses pasar, dan memperkuat keberlanjutan bisnis.
3.	Nuri Anisa Fitri (2025)	Dampak E-Commerce terhadap strategi pemasaran (Studi Kasus Pada Platform Shopee)	E- Commerce dan Strategi Pemasaranst	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh e-commerce pada platform shopee adalah terdapatnya aksesibilitas yang mudah bagi para pembeli, penjual dapat menjangkaupembeli dengan cepat, dan pembeli bisa melakukan perbandingan harga dengan mudah.
4.	Kornelia Sarce, dkk (2024)	Dampak Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee di Kota Surabaya.	Iklan dan Keputusan Pembelian Pada E-Commerce	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif, seperti iklan yang menarik dan penawaran cashback, dapat meningkatkan minat dan Keputusan pembelian konsumen. Maka dari itu, shopee disarankan untuk mengoptimalkan iklan dan program cashback

				guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
5.	Putri Rozita, dkk (2025)	Analisis Strategi Pemasaran Pada UMKM di Era digital: Studi Kasus Pada Platform Shopee	Strategi Pemasaran	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemasaran UMKM di Shopee sangat dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yakni optimalisasi fitur yang tersedia, kemampuan menghadapi dinamika kompetisi pasar, serta konsistensi dan inovasi dalam pengelolaan toko online. Dengan demikian, shopee dapat dikategorikan sebagai salah satu kanal pemasaran digital yang efektif bagi UMKM, asalkan dimanfaatkan secara strategis dan berkelanjutan.
6.	Niki Agus Santoso, dkk (2024)	Pemanfaatan E-Commerce Shoope Sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Era Digital	Pemanfaatan E-Commerce Shoope dan Strategi Pengembangan UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Shopee membantu UMKM meningkatkan pemasaran, penjualan, dan daya saing melalui kemudahan fitur digital. Dengan pemanfaatan yang tepat serta peningkatan literasi digital, Shopee dapat menjadi pendorong pertumbuhan UMKM dalam ekonomi digital Indonesia.
7.	Denik Rukmawat, dkk (2025)	Optimalisasi Pemasaran Berkelanjutan UMKM Kuliner Melalui Pendampingan Digital Marketing	Pemasaran Berkelanjutan UMKM Kuliner	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis digital marketing mampu meningkatkan literasi digital, keterampilan teknis, dan kemampuan pemasaran mandiri UMKM kuliner di Surabaya melalui pemanfaatan platform e-commerce seperti

				ShopeeFood dan GoFood, yang ditunjukkan dengan terbentuknya akun aktif serta terjadinya transaksi daring secara berkelanjutan.
8.	Ihyani Syithrotul Ahammi, dkk (2025)	Optimalisasi Literasi Keuangan Penjual Shopee Melalui Program Pengabdian di Desa Ketapanglor untuk Peningkatan Kinerja UMKM	Literasi Keuangan Penjual Shopee	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program pengabdian di Desa Ketapanglor mampu meningkatkan literasi keuangan dan pemasaran digital pelaku UMKM, di mana 85% peserta mengalami peningkatan pemahaman strategi pemasaran melalui ShopeeFood dan 90% peserta lebih mampu mengelola keuangan, termasuk perhitungan komisi serta perencanaan keuntungan.
9.	Syafran Nurrahman, dkk (2024)	Pemanfaatan Platform Digital E-commerceTiktok & Shopee Affiliatedalam Manajemen Resiko dan Ketahanan UMKM Budidaya Jangkrik dan Usaha Dimsum	Platform Digital E-commerceTiktok & Shopee Affiliate	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pemanfaatan Shopee dan TikTok Shop membantu meningkatkan pemasaran, penjualan, dan ketahanan usaha UMKM. E-commerce memperluas pasar dan mengurangi risiko penurunan profit. UMKM disarankan mengembangkan produk berbahan lokal serta terus memanfaatkan berbagai model e-commerce untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha.
10.	Sinta Istamarina, dkk (2025)	Inovasi dan Keberlanjutan Bisnis UMKM di Era Digital: Kajian Literatur Sistematis	Keberlanjutan Bisnis UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk dan layanan memberikan pengaruh besar pada peningkatan kinerja

				UKM, dengan inovasi layanan terutama meningkatkan kepuasan konsumen dan pada akhirnya meningkatkan kinerja UKM secara keseluruhan.
11.	Aldi Syahputra,dkk (2025)	Peran E-commerce dalam meningkatkan Ekonomi kreatif sarung tangan glovisto di shopee	E-commerce dalam meningkatkan ekonomi kreatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Shopee terbukti memberikan manfaat signifikan bagi UMKM, seperti peningkatan visibilitas produk dan kepercayaan konsumen melalui fitur interaktif, meskipun tantangan berupa persaingan tinggi dan biaya komisi tetap menjadi kendala.
12.	Ade Juraedah, Abdul hasan (2025)	Analisis pengaruh penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial terhadap kepercayaan konsumen : dalam transaksi jual beli online di platform shopee.	penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial di platform Shopee	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis dan tanggung jawab sosial Perusahaan (CSR) berperan strategis dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen di era digital.
13.	Herlina Nurwahyuni, dkk (2025)	Peran E-commerce dalam meningkatkan pendapatan UMKM di era ekonomi digital	Meningkatkan pendapatan UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa E-commerce terbukti menjadi pengukit ekonomi bagi UMKM karena mampu memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat inovasi produk dan strategi pemasaran.
14.	Ranita Fakhirah Imran, Rosalina Kumalawati	Peranan aplikasi shopee terhadap UMKM di Indonesia	Aplikasi shopee terhadap UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aplikasi shopee meningkatkan kinerja, daya saing , dan keberlangsungan usaha pelaku UMKM secara signifikan. Dalam menghadapi tantangan era ekonomi digital, pemanfaatan shopee

				telah terbukti mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi, meningkatkan keterampilan digital UMKM, dan meningkatkan strategi pemasaran.
15.	Chandika Mahendra Widaryo, dkk (2025)	Pemanfaatan platform E-commerce dalam meningkatkan penjualan UMKM di wilayah perkotaan Indonesia : Sintesis literatur dan implikasi praktis	Platform E-commerce dalam meningkatkan penjualan UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan E-commerce secara efektif dapat meningkatkan penjualan UMKM di Samarinda, dengan platform shopee mendominasi performa penjualan dibandingkan dengan Tokopedia.
16.	Geri Ramadani, dkk (2024)	Dampak Optimasi Logistik Terhadap Penjualan UKM pada Marketplace Shopee.	Kinerja Penjualan, Optimasi Logistik, Shopee	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ketika UKM memasuki lanskap e-commerce yang dinamis di platform seperti Shopee Indonesia, investasi strategis dalam Optimasi logistik muncul sebagai cara penting untuk terus berkembang, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan meningkatkan penjualan
17.	Karno Diantoro dan Ahmad Soderi (2025).	Transformasi Digital Dengan Optimalisasi Platform Shopee Untuk Inovasi Produk Daur Ulang dan Daya Saing	Transformasi Digital Dengan Optimalisasi Platform Shopee dan Inovasi Produk Daur Ulang dan Daya Saing	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatn shopee dalam konteks ini memperlihatkan bahwa platform e-commerce dapat menjadi medium strategis bagi penguatan kapasitas UMKM rumah tangga, bahkan tanpa dukungan modal besar.
18	Firda Zania	Dampak Digital Marketing Terhadap Ekuitas Merek E-commerce Shopee Indonesia	Digital Marketing dan Ekuitas Merek E-commerce Shopee Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media social benar-benar dimanfaatkan oleh platform belanja online shopee dalam strategi pemasarannya dan dengan adanya

				shopee dapat meningkatkan jumlah pembeli karna dampak digital marketing yang luar biasa.
19.	Austin Bahari, dkk (2023)	Pengaruh Penggunaan Platform Penjualan Online Terhadap Pengembangan UMKM.	Penggunaan Platform Penjualan Online dan Pengembangan UMKM	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Shopee dapat membantu meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha mitra berkat inovasi baik dari segi kemasan maupun promosi.
20.	Ni Ketut Nadia Kaswarina dan Made Pradana Adiputra (2021)	Pengaruh Pemahaman Teknologi Informasi, Pendapatan, Dan Biaya Terhadap Penggunaan Platform Marketplace Shopee (Studi Pada Pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng).	Pemahaman Teknologi Informasi, Pendapatan, Biaya, dan Penggunaan Platform Marketplace Shopee.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan, serta kemudahan yang dirasakan dalam menggunakan shopee secara langsung dapat dikatakan bahwa pengguna paham dalam mengoperasikan shopee akan berpengaruh terhadap penggunaan shopee dikalangan pelaku UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan Systematic Literature Review yang telah penulis lakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa penggunaan platform shopee sebagai akses bagi para pedagang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memberikan dampak positif secara signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM di Indonesia. Dampak positif ini berkontribusi pada peningkatan penjualan, daya saing, dan peluang pertumbuhan UMKM di era digital. Keberhasilan UMKM dalam memanfaatkan shopee tidak hanya bergantung pada fasilitas yang diberikan oleh platform, tetapi juga kemampuan beradaptasi, inovasi, dan pengelolaan bisnis yang efektif dari pihak pelaku UMKM sendiri. Secara Keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa shopee dapat menjadi akses strategi bagi para UMKM untuk meningkatkan keberlanjutan UMKM untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahammi, I. S., Rolianah, W. S., Albar, K., Istifadhoh, N., & Arifiansyah, F. (2025). Optimalisasi literasi keuangan penjual Shopee melalui program pengabdian di Desa Ketapanglor untuk peningkatan kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 393–402.
- Akmal, M., Mutadhiroh, F. A., Nisak, I. L., Rohman, A. T., Nurjihan, S., Noviyanti, N. E., Najih, A., & Mundhori, M. (2024). Pemberdayaan UMKM melalui platform e-commerce: Panduan praktis membuat akun Shopee untuk Aries Craft Rajut. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 628–633.

- Bahari, A., Mulyono, B., Lie, B. V., Lisitianto, M. M. A., Testarosa, M. R., Trisia, N., Ancilla, P., Renata, S. T., & Agustiawan, S. (2023). Pengaruh penggunaan platform penjualan online terhadap pengembangan UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 7(2), 283–292.
- Diantoro, K., & Soderi, A. (2025). Transformasi digital dengan optimalisasi platform Shopee untuk inovasi produk daur ulang dan daya saing pasar. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 72–81.
- Fitri, N. A. (2022). Dampak e-commerce terhadap strategi pemasaran (Studi kasus pada platform Shopee). *PROCURATIO: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 1(2), 67–77.
- Haliza, A. P., Mulyana, A., & Indika, D. R. (2024). Pengaruh digitalisasi dan pelatihan entrepreneurship terhadap kinerja bisnis UMKM peserta Kampus UMKM Shopee di Kota Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (JEMSI)*, 6(1).
- Imran, R. F., & Kumalawati, R. (n.d.). Peranan aplikasi Shopee terhadap UMKM di Indonesia. *Academia.edu*.
- Istamarina, S., Anggraeni, E., & Astuti, D. (2025). Inovasi dan keberlanjutan bisnis UMKM di era digital: Kajian literatur sistematis. *Journal of Business Economics and Management*, 1(3), 323–327.
- Juraedah, A., & Hasan, A. (2025). Analisis pengaruh penerapan etika bisnis dan tanggung jawab sosial terhadap kepercayaan konsumen dalam transaksi jual beli online di platform Shopee. *JUSTITIA: Journal of Justice, Law Studies, and Politic*, 1(3), 1–8.
- Kaswarina, N. K. N., & Adiputra, M. P. (2021). Pengaruh pemahaman teknologi informasi, pendapatan, dan biaya terhadap penggunaan platform marketplace Shopee (Studi pada pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 12(3), 693–703.
- Nurrahman, S., Saefullah, A., Sitohang, R. M., Syaputra, R., & Hakim, M. P. (2024). Pemanfaatan platform digital e-commerce TikTok & Shopee Affiliate dalam manajemen risiko dan ketahanan UMKM budidaya jangkrik dan usaha dimsum. *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1), 23–35.
- Nurwahyuni, H., Vinata, A. T., Rahmawati, A., Purnama, C., & Rahmah, M. (2025). Peran e-commerce dalam meningkatkan pendapatan UMKM di era ekonomi digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Modern dan Tradisional*, 2(2), 140–149.
- Ramadani, G., Saragi, H. P., & Meutia, S. (2024). Dampak optimasi logistik terhadap penjualan UKM pada marketplace Shopee. *Jurnal Sains Masyarakat*, 1(1), 21–28.
- Rozita, P., Subhan, E. S., & Syafrudin, S. (2025). Analisis strategi pemasaran pada UMKM di era digital: Studi kasus pada platform Shopee. *Economics and Digital Business Review*, 7(1).
- Rukmawati, D., & Sholihah, D. D. (2025). Optimalisasi pemasaran berkelanjutan UMKM kuliner melalui pendampingan digital marketing. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 4(2), 39–45.
- Santoso, N. A., Aprinisa, A., & Rizkyna, S. (2024). Pemanfaatan e-commerce Shopee sebagai strategi pengembangan UMKM di era digital. *Jurnal Cemerlang: Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 98–110.
- Sarce, K., Dewi, R., Teguh, H., & Daengs, A. (2024). Dampak iklan dan cashback terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee di Kota Surabaya. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 136–151.
- Syahputra, A., Nabillah, N., Luqyana, S. F., & Pramono, P. (2025). Peran e-commerce dalam meningkatkan ekonomi kreatif sarung tangan GloviSto di Shopee. *Income: Digital Business Journal*, 3(1), 20–27.
- Widaryo, C. M., Levina, B. P., Candra, R. A., & Santoso, A. R. (2025). Pemanfaatan platform e-commerce dalam meningkatkan penjualan UMKM di wilayah perkotaan Indonesia: Sintesis literatur dan implikasi praktis. *Paramacitra Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 253–262.
- Zania, F. (n.d.). Dampak digital marketing terhadap ekuitas merek e-commerce Shopee Indonesia. *Deskripsi.usm.ac.id*.