

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi juga ikut terdorong dan berkembang ke arah yang modern. Kecanggihan teknologi saat ini secara tidak langsung mengharuskan para pelaku bisnis untuk terus berkembang, berinovasi, dan berpikir kreatif dalam berbisnis[1]. Sosial media sangat berpengaruh dalam perkembangan bisnis modern. Perkembangan pada dunia bisnis menciptakan perkembangan baru seperti *e-commerce*. *E-Commerce* merupakan aplikasi modern yang diperuntukan untuk keperluan bisnis.

Salah satu aplikasi *e-commerce* yang populer di Indonesia saat ini adalah Shopee[2]. Shopee menjadi platform belanja yang diminati masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan usia dan latar belakang. Terbukti dengan mencapai 56 juta pengunjung *website* per bulannya pada tahun 2019. Hasil survei pada tahun 2022 juga membuktikan bahwa Shopee telah menjadi platform *e-commerce* paling populer dikalangan anak muda Indonesia[3]. Hal ini terjadi karena beberapa faktor keunggulan yang ditawarkan oleh Shopee, termasuk kemudahan penggunaannya yang menjadi penghasil lapangan kerja yang mudah dikerjakan.

Shopee juga menawarkan fitur baru mereka berupa *live streaming shopping* yang mengadopsi konsep *live streaming* yang ditawarkan oleh berbagai media sosial modern[4]. Fitur *Live streaming* pada Shopee merupakan sebuah fitur dimana pengguna dapat bertransaksi secara langsung pada durasi yang telah ditentukan menggunakan perangkat digital. Konsep *Live Streaming* ini berawal dari kejadian yang menimpa masyarakat dunia pada tahun 2019, yaitu COVID-19.

Fitur Shopee Live merupakan konsep bisnis yang dianggap unik oleh masyarakat karena memberikan sesuatu yang baru bagi konsumen. Dengan fitur Shopee Live, konsumen atau pembeli dapat secara langsung berkomunikasi dengan penjual dan bahkan dapat berkomunikasi secara langsung dengan sesama pembeli lainnya. Selain bagi pengunjung dan pembeli Shopee, Shopee Live juga sangat disenangi oleh para penjual karena para penjual dapat menyebutkan dan menjelaskan produk mereka secara langsung dengan detail dan menarik [4].

Fitur Shopee Live dapat memberi dampak yang sangat besar bagi bisnis modern dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh fitur Shopee Live [5]. Keputusan pembelian oleh pembeli merupakan sebuah keputusan yang disebabkan oleh ketertarikan untuk membeli, mencoba, maupun ketertarikan menggunakan produk tertentu [6]. Penulis merasa fitur Shopee Live dapat menjadi salah satu faktor bagi pengunjung untuk membeli produk yang ditawarkan karena tingkat kepercayaan terhadap produk dan terhadap penjual yang meningkat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, serta mengingat bahwa fitur Shopee Live merupakan fitur yang relatif baru dan belum banyak diteliti, maka faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen masih belum sepenuhnya dipahami. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor tersebut sehingga dapat menjadi perhatian dan dapat ditingkatkan pada mendatang.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pengaruh dari fitur Shopee live terhadap minat beli pengunjung aplikasi *e-commerce* Shopee.

2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada Shopee Live.

1.4. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, terdapat pembatasan masalah yang mencakup:

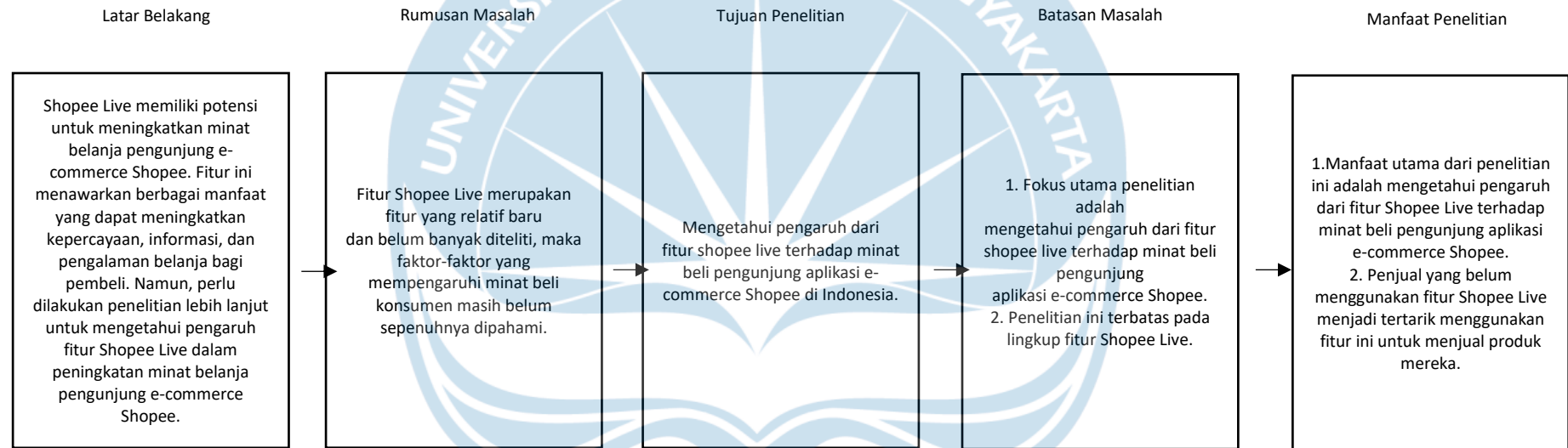
1. Fokus utama penelitian adalah mengetahui pengaruh dari fitur Shopee live terhadap minat beli pengunjung aplikasi *e-commerce* Shopee.
2. Penelitian ini terbatas pada lingkup fitur Shopee Live.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini meliputi:

1. Manfaat utama dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh dari fitur shopee live terhadap minat beli pengunjung aplikasi *e-commerce* Shopee.
2. Penjual yang belum menggunakan fitur Shopee live menjadi tertarik menggunakan fitur ini untuk menjual produk mereka.

1.6. Bagan Keterkaitan



Gambar 1. Gambar Bagan Keterkaitan