

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk cara beberapa bisnis beroperasi dan memasarkan produk mereka. Salah satu platform e-commerce yang tumbuh pesat di Asia Tenggara adalah Shopee. Berbagai fitur inovatif yang ditawarkan Shopee telah menarik perhatian berbagai pihak, terutama industri fashion. Berkembangnya era digital menuntut strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan konsumen produk.

Adanya kemunculan internet mengubah cara orang berkomunikasi dan juga cara berbisnis. Hal ini dikarenakan internet dapat menghubungkan lebih banyak orang dan wirausahawan. Hal ini juga didukung dengan mudahnya mengakses internet dimana saja dan kapan saja karena banyaknya akses yang memungkinkan untuk mendukung penggunaan internet. Banyak hal baru yang ditimbulkan dari perkembangan internet tersebut, salah satunya adalah pasar online (Nasution dkk., 2020 :43).

Dengan transformasi digital, penggunaan internet meningkat karena kebutuhan untuk melakukan semua kegiatan secara online. Pasar elektronik atau e-commerce adalah salah satu teknologi yang telah banyak digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Salah satu contoh kemajuan teknologi informasi adalah e-commerce, yang memungkinkan bisnis atau individu untuk melakukan berbagai transaksi elektronik, termasuk pertukaran barang dan

jasa serta pertukaran informasi melalui jaringan internet Krisnawati dkk., (2019). Indonesia merupakan salah satu negara yang penduduknya sudah mulai menggunakan internet dalam melakukan transaksi bisnis jual beli, dengan semakin bertambahnya pengguna internet dan transaksi bisnis online ini maka lahirlah sebuah marketplace yaitu Shopee.

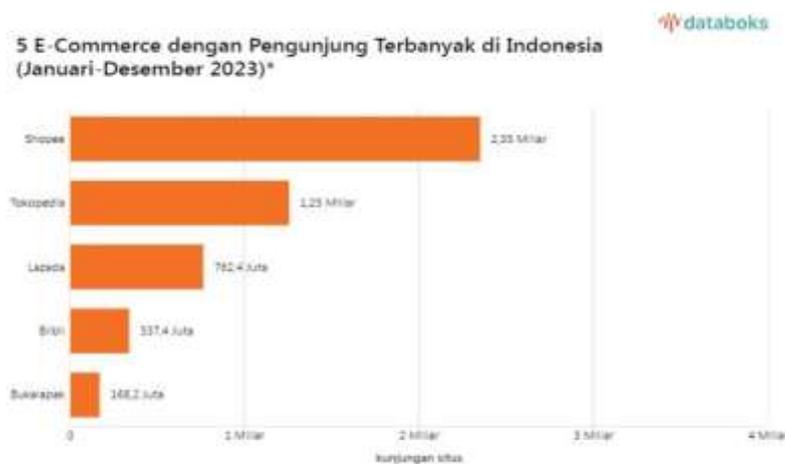
Dilansir dari website wikipedia (31 Agustus 2024), Shopee merupakan salah satu e-commerce berbasis aplikasi mobile yang saat ini sangat berkembang di Indonesia. Shopee didirikan pada tahun 2009 oleh Forrest Li, dan diluncurkan pertama kali di Singapura tahun 2015. Shopee sendiri dipimpin oleh Chris Feng. Chris Feng adalah salah satu mantan pegiat Rocket Internet yang pernah mengepalai Zalora dan Lazada. Sejak tahun 2015, shopee memperluas jaringannya ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Pada tahun 2018 Shopee telah meraih 1,5 juta transaksi dalam waktu 24 jam, yang dimana hal ini merupakan rekor baru bagi marketplace e-commerce di Indonesia. Kemudahan yang ditawarkan dari aplikasi Shopee diharapkan dapat melakukan pembelian produk secara luas oleh masyarakat.

Shopee yaitu sebuah platform online marketplace yang digunakan buat mempraktikkan jual beli barang secara aktif serta gampang. Produk yang ditawarkan oleh aplikasi ini sangat beragam mulai dari produk fashion, produk kecantikan, elektronik, peralatan olahraga, obat-obatan, perabotan rumah, alat tulis kantor hingga makanan dan minuman. Layanan shopee diterapkan dalam interaksi antara produsen dan pihak konsumen dengan cepat, mudah serta tepat. Keunggulan shopee bukan hanya transaksi bisnis online namun shopee juga

menjadi penghasil lapangan kerja yang cukup besar dan mudah untuk dikerjakan. Dikarenakan keunggulan-keunggulan shopee inilah shopee dikenal marketplace besar di Asia Tenggara salah satunya Indonesia, dan Indonesia sebagai negara yang sering mengunjungi e-commerce Shopee(Fachrina & Nawawi, 2022 : 248).

**Tabel 1.1**

Pengunjung E-Commerce Terbanyak di Indonesia Pada Tahun 2023



*Sumber: databoks.2023*

Berdasarkan data dari SimilarWeb diatas, maka Shopee dinilai menjadi platform e-commerce marketplace nomor 1 pengunjung terbanyak di Indonesia sepanjang 2023. Secara kumulatif, menurut data SimilarWeb, Shopee menerima sebanyak 2,3 miliar kunjungan dari Indonesia sepanjang tahun 2023. Shopee jauh mengungguli Tokopedia (1,25 miliar kunjungan), Lazada (762 juta kunjungan), Blibli (337,4 juta kunjungan), dan Bukalapak (168,2 juta kunjungan).

Menurut databoks, 2023 Indonesia menjadi negara pertama pengunjung terbanyak situ Shopee, negara posisi kedua dipegang oleh Vietnam dengan total

59,8 juta kunjungan. Taiwan berada di urutan ketiga dengan 55,9 juta kunjungan. Filipina menyusul di peringkat keempat dengan menyumbang sekitar 53,4 juta kunjungan. Di urutan kelima ada Thailand dengan 50,7 juta kunjungan. Mayoritas negara yang mengunjungi situs Shopee berada di kawasan Asia Tenggara. Sementara itu, Shopee memperoleh sekitar 29,7 juta kunjungan dari negara lain per bulannya. Data tersebut sekaligus mengukuhkan posisi Shopee sebagai *e-commerce* paling populer di kawasan Asia Tenggara. Shopee meraih rata-rata 343 juta kunjungan per bulannya di tahun 2023, mengalahkan Lazada, Tokopedia, Bukalapak, hingga Blibli.

Pada marketplace Shopee mereka menawarkan produk-produk dengan berbagai macam promosi dan penawaran yang eksklusif. Salah satu produk Shopee yang banyak diminati yaitu produk fashion. Dalam penelitian (Prasetyaningtyas dkk., 2015) menurut Mowen dan Minor produk fashion diartikan sebagai kostum, pakaian, perlengkapan badan, dan mode. Jenis-jenis produk fashion yaitu pakaian, tas, sepatu, sandal, hijab, aksesoris dan lainnya. Shopee berhasil mendorong perilaku konsumtif dalam pembelian produk, terutama di kalangan generasi milenial dan mahasiswa. Para remaja terutama mahasiswa saat ini senang untuk mempadu padan beberapa item fashion, dengan daya kreativitasnya. Remaja saat ini terbilang cukup handal memilah item fashion menjadi tampilan yang eye catching. Oleh karena itu, kebutuhan beragam item fashion semakin mendorong remaja saat ini, salah satunya melalui *e-commerce* Shopee.

**Tabel 1 .2**

**Produk Terlaris di Marketplace Shopee**



*Sumber : katadata*

Menurut data dari Katadata kategori produk terlaris di Shopee adalah Fashion dan Aksesoris dengan persentase 49%, disusul oleh produk kecantikan dan perawatan tubuh sebesar 41%. Kategori gadget dan elektronik menyusul dengan 35%, diikuti oleh produk kesehatan dan kebersihan sebesar 28%, dan terakhir, kategori perjalanan dan hiburan sebesar 5%.

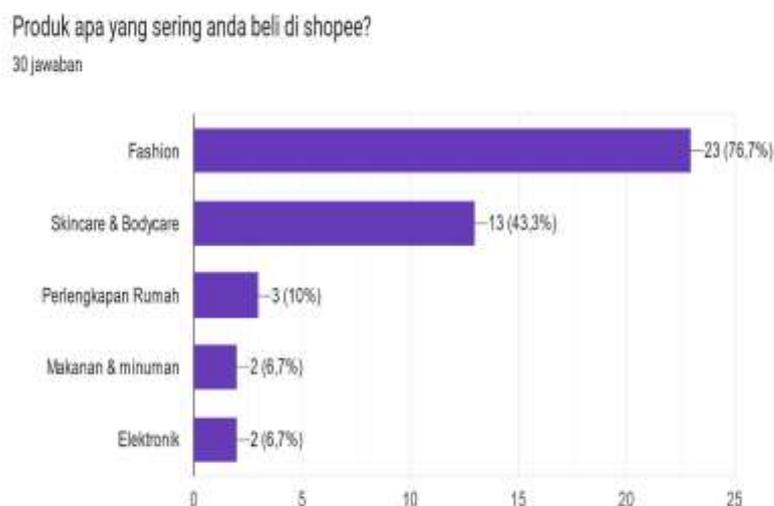
Marketplace Shopee telah berhasil menarik perhatian konsumen melalui berbagai strategi pemasaran dan fitur-fitur canggih seperti afiliasi program dan live streaming. Fitur-fitur ini tidak hanya memudahkan konsumen dalam menemukan dan membeli produk fashion, tetapi juga menciptakan pengalaman belanja yang interaktif dan menyenangkan. Shopee menawarkan panduan dan informasi lengkap tentang produk fashion serta kemudahan penggunaan, banyak konsumen, terutama mahasiswa memilihnya. Shopee membantu pembeli dengan

memberi mereka kemampuan untuk dengan cepat dan mudah membandingkan harga produk fashion yang sama di berbagai media online. Shopee juga menawarkan berbagai macam diskon, pengiriman gratis, dan hadiah kepada pembeli, yang paling penting platform marketplace Shopee memungkinkan pelanggan termasuk mahasiswa, berinteraksi dengan nyaman melalui aplikasinya yang dapat diakses melalui handphone tanpa batasan tempat dan waktu. Ini dapat membantu pembeli, terutama mahasiswa memilih produk fashion di platform perdagangan online Shopee.

Dalam penelitian ini, Penulis melakukan survei awal kepada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dengan 30 orang responden terkait “Pembelian Produk Terbanyak di Shopee”. Berikut data survei awal pada E-commerce Shopee :

**Tabel 1.3**

Survei Penelitian Awal Terkait Produk Terlaris di Shopee



Berdasarkan survei diatas menunjukkan bahwa, pembelian produk terbanyak di shopee adalah produk fashion dengan persentase tertinggi 76,7%. Sedangkan produk skincare & bodycare dengan persentase 43,3%, produk perlengkapan rumah dengan persentase 10%, makanan & minuman dengan persentase 6,7%, dan Elektronik dengan persentase 6,7%.

Selain itu, penulis juga melakukan survei awal terkait faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian produk fashion di shopee kepada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas dengan 30 orang responden. Berikut ini adalah hasil survei awal sebagai berikut:

**Tabel 1.4**

Survei Awal Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Produk Fashion di Shopee



Berdasarkan hasil survei diatas menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi pembelian produk fashion di Shopee yaitu affiliate program dan live streaming. Affiliate program mencapai persentase tertinggi sebesar 83,3%,

Live streaming mencapai persentase sebesar 73,3%, Kualitas Produk sebesar 33,3%, Harga sebesar 26,7%, Review Customer sebesar 26,7%. Program affiliate marketing yang dimiliki Shopee Affiliate Program dikenal yang paling populer diantara program-program marketplace lainnya seperti Afiliasi TikTok, Afiliasi Lazada, Afiliasi Bukalapak, dan Afiliasi Tokopedia (Winarso, 2021). Berdasarkan penjelasan melalui laman resmi Shopee (2022), program shopee affiliate ini adalah program yang memberikan penghasilan tambahan kepada pembuat konten hanya dengan mempromosikan produk Shopee di media sosial. Siapa pun bisa mengikuti prosedur ini, dan bisa diterapkan di berbagai media sosial milik penggunanya tanpa ada batasan. Affiliate program misalnya melalui fitur shopee video yang menayangkan video konten promosi produk yang diupload oleh para afiliator dengan cara mencantumkan link produk ke dalam video konten mereka.

Live streaming selling, atau biasa kita sebut penjualan secara langsung melalui social media, merupakan perkembangan media dengan interaksi real-time yang menarik (Suhyar & Pratminingsih, 2023). Live Streaming selling juga dapat memberikan keamanan lengkap kepada konsumen untuk mengetahui tentang produk yang ditawarkan secara langsung, baik dari fisik maupun kualitas produk (Dirnaeni et al., 2021). Live streaming memudahkan penjual untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, memberikan demonstrasi produk, dan menjawab pertanyaan secara real-time yang meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Namun ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi affiliate program dan live streaming terhadap keputusan pembelian produk fashion di shopee, yaitu

faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti kebutuhan, gaya hidup, dan kepribadian mendorong pelanggan untuk mencari produk yang sesuai dengan kepribadian mereka. Faktor eksternal yang menarik pelanggan adalah upaya pemasaran Shopee seperti harga produk, kualitas, merek, ulasan, promosi, flash sale dan kemudahan berbelanja di Shopee.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nadia Fordia Rahmawati, (2023) yang berjudul “*Pengaruh Affiliate Marketing, Live Streaming, Dan Program Flash Sale Terhadap Keputusan Pembelian*”, menunjukkan bahwa affiliate marketing tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan live streaming berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sementara, hasil penelitian dari Yuwanda Fatmalasari, (2024) yang berjudul “*Pengaruh Siaran Langsung, Flash Sale dan Shopee Affiliate Terhadap Pembelian Secara Spontan Pada Pengguna Shopee di Lamongan*”, menunjukkan bahwa siaran langsung berpengaruh secara persial terhadap Pembelian Secara Spontan Pengguna Shopee di Lamongan, sedangkan shopee affiliate berpengaruh secara persial terhadap Pembelian Secara Spontan Pengguna Shopee di Lamongan.

Berdasarkan Latar Belakang dan penelitian terdahulu tersebut, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Penggunaan Affiliate Program dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee** ”

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh affiliate program terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee?
2. Bagaimana pengaruh live streaming terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee?
3. Bagaimana pengaruh affiliate program dan live streaming secara silmutan terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis pengaruh affiliate program dan live streaming terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh simultan antara affiliate program dan live streaming terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee.
3. Menjelaskan faktor-faktor yang mendukung efektivitas affiliate program dan live streaming dalam memengaruhi keputusan pembelian produk fashion di Shopee.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran digital, khususnya terkait peran affiliate program dan live streaming dalam memengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitan dapat dijadikan sumber informasi untuk menambah pengetahuan,informasi dan evaluasi dalam penerapan affiliate program.

- b. Bagi Pelaku Bisnis Fashion di Shopee, Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran digital, khususnya terkait peran affiliate program dan live streaming dalam memengaruhi keputusan pembelian.
  - c. Bagi Konsumen, Membantu konsumen memahami bagaimana affiliate program dan live streaming memengaruhi persepsi mereka terhadap suatu produk, sehingga dapat membuat keputusan pembelian yang lebih bijak.
  - d. Dan sebagai referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.
3. Manfaat bagi akademis

Sebagai bahan kajian akademik yang dapat digunakan oleh mahasiswa atau peneliti lain yang ingin mengkaji strategi pemasaran digital dalam platform e-commerce.

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah ditetapkan untuk memperjelas ruang lingkup penelitian agar tetap fokus dan terarah. Adapun batasan masalah yang digunakan adalah:

1. Ruang lingkup hanya mengenai seputar **“Pengaruh Penggunaan Affiliate Program dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Shopee”**