

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi merupakan fenomena besar yang memberikan pengaruh luas terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Melalui globalisasi, batas antar negara semakin tidak terlihat, sehingga mendorong terjadinya pertukaran informasi, teknologi, budaya, dan produk secara cepat dan mudah ke seluruh penjuru dunia. Kondisi ini secara langsung memberikan dampak signifikan, khususnya dalam perkembangan teknologi, sektor ekonomi, serta pola perilaku konsumsi masyarakat modern.

Salah satu dampak nyata dari globalisasi adalah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat. Perkembangan internet, media sosial, dan berbagai platform digital telah merubah cara manusia berinteraksi, mencari informasi, bahkan melakukan aktivitas ekonomi seperti transaksi jual beli secara online. Keberadaan teknologi digital tersebut kini menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat global, termasuk di Indonesia. Meningkatnya pemanfaatan teknologi digital juga telah membuka peluang baru dalam dunia bisnis, khususnya dalam bidang pemasaran. Perusahaan tidak lagi hanya mengandalkan promosi secara konvensional, melainkan mulai memanfaatkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan platform media sosial. Salah satu platform yang sangat populer dan memiliki jangkauan global di era saat ini adalah TikTok.

TikTok merupakan aplikasi media sosial berbasis video singkat yang telah digunakan secara luas oleh masyarakat di berbagai negara, termasuk Indonesia. Tidak hanya sebagai media hiburan, TikTok juga menghadirkan fitur TikTok Shop yang mendukung aktivitas jual beli secara online. Salah satu fitur unggulan yang banyak dimanfaatkan dalam TikTok Shop adalah fitur *Live Streaming*, yang dinilai efektif untuk menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Tiktok Shop merupakan fitur baru yang diluncurkan oleh platform media sosial Tiktok. Fitur ini memungkinkan para pengguna dapat langsung melakukan transaksi jual beli langsung di dalam aplikasi Tiktok layaknya *e-commerce* lainnya. Sejak dirilis pada April 2021, Tiktok Shop menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Menurut *The Information* (sumber: finfolk.co), nilai belanja di Tiktok Shop di Asia Tenggara saja menunjukkan pertumbuhan hingga empat kali lipat di tahun 2022 jika dibandingkan dengan tahun 2021. Pada Juli 2021, Tiktok merilis fitur *Live Streaming* yang diintegrasikan dengan Tiktok Shop. Dengan penambahan fitur ini, para penjual dimungkinkan untuk mempromosikan dan menjual produk mereka secara *real time* melalui jaringan siaran langsung dan dapat berinteraksi dengan para konsumen Song & Liu, (2021).

Melalui *Live Streaming* TikTok Shop, penjual dapat berinteraksi langsung secara real-time dengan calon pembeli. Penjual dapat memberikan informasi lebih rinci mengenai produk, melakukan demonstrasi penggunaan, menjawab pertanyaan dari *audiens*, serta menawarkan berbagai promo menarik yang bersifat terbatas. Hal ini menjadi strategi pemasaran yang mampu menarik perhatian konsumen karena memberikan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif dibandingkan dengan belanja online biasa.

Salah satu brand lokal Indonesia yang turut memanfaatkan *Live Streaming* TikTok Shop sebagai media promosi adalah Scarlett. Scarlett merupakan merek produk lokal yang sangat populer di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda. Produk-produk Scarlett seperti *body lotion*, *shower scrub*, *serum*, dan rangkaian perawatan tubuh lainnya banyak diminati karena dikenal memiliki kualitas yang baik, wangi khas, harga yang terjangkau, serta sering memberikan penawaran menarik saat *Live Streaming* di TikTok Shop. Produk Scarlett yang sudah banyak terjual, Dilansir dari artikel *Good News From Indonesia* survei yang dilakukan oleh Kompas pada 1 hingga 15 Agustus 2022 menunjukkan produk Scarlett menjadi produk perawatan tubuh terlaris di Indonesia dengan presentase 18,9%. Produk ini banyak dijual secara *online* melalui online shop atau media sosial dan juga dijual secara offline di toko-toko kecantikan.

Fenomena menarik yang terjadi saat ini adalah banyaknya Masyarakat Kecamatan Bengkalis, yang tertarik dan bahkan menjadi pelanggan setia produk Scarlett. Salah satu alasan Masyarakat memilih Scarlett yaitu karena karena produk ini mudah diakses secara *online*, tampil menarik saat di promosikan melalui *Live Streaming*, serta sering menawarkan promo diskon atau bonus pembelian yang menguntungkan. Selain itu, karakteristik Masyarakat Kecamatan Bengkalis yang sangat memperhatikan penampilan, dan kebersihan diri, hal itu menjadi faktor pendorong mereka untuk membeli produk Scarlett. Adanya penawaran-penawaran yang menarik dari produk ini ,menarik minat Masyarakat Kecamatan Bengkalis menarik minat dan terpengaruh dengan penawaran tersebut. Dari adanya hal-hal tersebut, membuat pengaruh terhadap perilaku konsumen sehingga memutuskan untuk membeli produk Scarlett. Tidak hanya itu, *review* positif dari para *influencer*, testimoni pelanggan saat *Live Streaming*, serta demonstrasi penggunaan produk secara langsung turut mempengaruhi minat dan keputusan Masyarakat Kecamatan Bengkalis untuk membeli produk Scarlett. Dengan fitur *Live Streaming* TikTok Shop, Masyarakat Kecamatan Bengkalis merasa lebih yakin untuk membeli karena mereka dapat melihat secara langsung kualitas produk, cara pemakaian, hingga hasil penggunaan dari konsumen lainnya.

Tabel 1.1 Produk Scarlett

No	Nama Produk Scarlett	Harga Produk Scarlett
1.	<i>Fragrance Brightening Body Lotion</i>	Rp 79.500
2.	<i>Body Scrub</i>	Rp 67.500
3.	<i>Body Serum</i>	Rp 60.247
4	<i>Body Shower / Shower Scrub</i>	Rp 58.999
5	<i>Facial Wash</i>	Rp 54.900
6	<i>Acne Serum</i>	Rp 67.500

Sumber: Data Olahan, 2026

Berdasarkan latar belakang diatas, diketahui bahwa meskipun produk scarlett memiliki jumlah pelanggan yang tinggi, tidak memungkiri bahwa masih banyak pula klaim keluhan yang diterima oleh scarlett, faktor-faktor seperti harga, kualitas produk, tingkat kepercayaan terhadap merek, interaksi saat *Live Streaming*, hingga promo atau bonus menarik, menjadi hal yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk. Melalui penelitian ini dapat memberikan gambaran secara lebih mendalam mengenai pola perilaku konsumsi mahasiswa di

era digital, serta seberapa efektif strategi pemasaran *Live Streaming* dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Scarlett.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian terkait Keputusan pembelian produk scarlett dengan judul “Analisis Pengaruh *Live Streaming* Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bengkalis)”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk bagaimana Analisis Pengaruh *Live Streaming* Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bengkalis)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tanggapan responden tentang *Live Streaming* Tiktok Shop Produk Scarlett (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bengkalis).
2. Untuk menganalisis tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bengkalis).
3. Untuk menganalisis bagaimana pengaruh *Live Streaming* Tiktok Shop terhadap keputusan pembelian produk Scarlett (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bengkalis).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis
Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta pemahaman penulis tentang Analisis Pengaruh *Live Streaming* Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Kecamatan Masyarakat Kecamatan Bengkalis), melalui penerapan ilmu

dan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan di Politeknik Negeri Bengkalis.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatur strategi untuk mempertahankan Keputusan Pembelian Produk Scarlett.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai referensi ilmiah bagi penulisan lebih lanjut pada masalah yang berkaitan.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan secara ringkas rencana isi dari bagian pada laporan yang disusun sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu dan teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian ini. Khusus nya yang berkaitan dengan Pengaruh *Live Streaming* Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengambilan sampel, Teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, metode analisis data, jenis penelitian dan definisi konsep dan operasional.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil dan pembahasan. Hasil penelitian berisikan data yang mencakup antara lain: untuk mengetahui Analisis Pengaruh *Live streaming* Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett.

BAB 5: PENUTUP

Bab ini merupakan bagian dari penelitian yang telah dilakukan yang menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari peneliti.