



ANALISIS PEMANFAATAN SHOPEE LIVE SEBAGAI PLATFORM PENGEMBANGAN BISNIS DALAM ERA DIGITAL

**Aurellia Rizkita Yuzahrani^{1*}, Dani Sysnanda Chaya Putra², Rohimah Sirri³, Adinda Fatikha⁴,
Rusdi Hidayat⁵, Maharani Ikaningtyas⁶**

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No.1, Gn.Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294

E-mail: 22042010020@student.upnjatim.ac.id¹, 22042010017@student.upnjatim.ac.id²,

22042010026@student.upnjatim.ac.id³, 22042010030@student.upnjatim.ac.id⁴

ABSTRAK

Dalam pengembangan bisnis di era digital, tren pemanfaatan fitur Shopee Live marak digunakan oleh para pebisnis. Perkembangan ini memungkinkan pelaku usaha UMKM untuk menjangkau lebih banyak konsumen melalui platform digital dengan berbagai produk, termasuk produk bekas pakai. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pemanfaatan Shopee Live sebagai platform pengembangan bisnis di tengah perkembangan teknologi digital saat ini, mengidentifikasi dan mengevaluasi dampak pemanfaatan Shopee Live terhadap peningkatan penjualan dan visibilitas bisnis online di era digital, menganalisis bagaimana interaksi antara penjual dan konsumen melalui fitur Shopee Live memengaruhi persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap merek atau produk yang ditawarkan, dan menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian melalui fitur Shopee Live. Artikel ini menggunakan metode penelitian literature review karena memungkinkan pengumpulan, evaluasi, dan analisis data dari berbagai sumber yang telah ada, seperti artikel jurnal, buku, tesis, dan laporan penelitian sebelumnya. Hasil penelitian mengenai pemanfaatan Shopee Live sebagai platform pengembangan bisnis dalam era digital menunjukkan bahwa pemanfaatan fitur live streaming tersebut memiliki dampak positif terhadap peningkatan penjualan produk. Keunggulan seperti jangkauan luas, aksesibilitas yang baik, dan interaksi langsung antara penjual dan pembeli menjadi faktor utama dalam meningkatkan kinerja penjualan.

Kata kunci: pemanfaatan shopee live, pengembangan bisnis, platform digital.

ANALYSIS OF SHOPEE LIVE UTILIZATION AS A BUSINESS DEVELOPMENT PLATFORM IN THE DIGITAL ERA

ABSTRACT

In business development in the digital era, the trend of utilizing the Shopee Live feature is widely used by business people. This development allows MSME businesses to reach more consumers through digital platforms with various products, including second-hand products. This article aims to analyze the level of utilization of Shopee Live as a business development platform in the midst of current digital technology developments, identify and evaluate the impact of Shopee Live utilization on increasing sales and visibility of online businesses in the digital era, analyze how interactions between sellers and consumers through the Shopee Live feature affect consumer perceptions and trust in the brands or products offered, and analyze the factors that can influence consumer decisions to make purchases through the Shopee Live feature. This article uses the literature review research method because it allows the collection, evaluation, and analysis of data from various existing sources, such as journal articles, books, theses, and previous research reports. The results of research on the utilization of Shopee Live as a business development platform in the digital era show that the utilization of the live streaming feature has a positive impact on increasing product sales. Advantages such as wide coverage, good accessibility, and direct interaction between sellers and buyers are the main factors in improving sales performance.

Keywords: shopee live utilization, business development, digital platform.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, transformasi digital telah mengubah operasi bisnis secara global. Perkembangan teknologi digital, terutama internet dan perangkat seluler, telah membuka peluang baru untuk berinteraksi antara perusahaan dan konsumen. Perkembangan ini telah menciptakan budaya baru di dalam dunia bisnis, di mana fokus utamanya adalah platform *e-commerce*



dan media sosial untuk sarana utama dalam mengembangkan bisnis. Transformasi teknologi digital telah mempengaruhi operasional perusahaan, interaksi dengan pelanggan, dan promosi produk atau layanan. Pertumbuhan signifikan terlihat dalam penggunaan platform *e-commerce* dan media sosial. Di Asia Tenggara, terutama Indonesia, *e-commerce* telah menjadi tren yang sangat berkembang, didorong oleh kemajuan teknologi dan penetrasi perangkat seluler yang meningkat. Pelaku utama seperti Shopee telah memainkan peran kunci dalam industri *e-commerce* ini. Shopee telah berhasil mencapai posisi yang dominan di pasar *e-commerce* Indonesia, menawarkan berbagai macam produk mulai dari fashion, kecantikan, elektronik, hingga kebutuhan sehari-hari lainnya. Salah satu aspek paling mencolok dari pertumbuhan *e-commerce* di Asia Tenggara adalah peran pentingnya dalam memperluas akses pasar bagi perusahaan, terutama membantu pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk memperluas akses pasar mereka. Melalui platform *e-commerce* seperti Shopee, UKM memiliki kesempatan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, bahkan di luar wilayah geografis mereka yang terbatas. Hal ini membuka peluang bagi pertumbuhan dan kesempatan baru bagi para pelaku usaha yang sebelumnya mungkin tidak memiliki akses ke pasar yang sama.

Shopee yang merupakan salah satu platform *e-commerce* terkemuka di Asia Tenggara, telah berhasil mendapat tempat istimewa dalam preferensi konsumen di berbagai negara di wilayah tersebut. Dengan strategi pemasaran dan investasi teknologi yang beragam, Shopee telah berhasil membangun ekosistem yang solid dan beragam, menyediakan berbagai produk dari benda konsumen hingga barang kebutuhan sehari-hari dengan harga yang kompetitif. Namun, Shopee tidak hanya berhenti sebagai tempat transaksi berbelanja. Platform ini juga menghadirkan berbagai fitur tambahan yang bertujuan untuk membantu penjual meningkatkan performa bisnis mereka. Salah satu fitur yang paling mencolok adalah Shopee Live, yang memungkinkan penjual untuk melakukan siaran langsung kepada pelanggan mereka. Melalui fitur ini, penjual dapat berinteraksi langsung dengan pembeli, menyajikan promo khusus, memperkenalkan produk baru, dan memberikan informasi tambahan tentang detail produk. Dengan siaran langsung ini, penjual dapat memberikan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif, personal, dan menghibur bagi konsumen.

Dalam era digital yang terus berkembang, di mana konsumen semakin terbiasa dengan pengalaman online yang dinamis dan terlibat, penggunaan Shopee Live sebagai alat pengembangan bisnis menjadi semakin relevan. Fitur ini tidak hanya memungkinkan penjual untuk memperluas pasar mereka, tetapi juga membantu dalam membina hubungan yang lebih dekat dan personal dengan pelanggan mereka. Dengan kehadiran Shopee Live, penjual memiliki kemampuan untuk menyampaikan nilai-nilai merek, merespons pertanyaan dari pelanggan secara langsung, serta menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih menarik. Selain itu, fitur ini juga memberikan peluang peningkatan penjualan melalui promosi produk atau acara khusus selama siaran langsung secara lebih efektif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Shopee Live bukan hanya sebagai alat penting dalam strategi pemasaran dan penjualan, tetapi juga mencerminkan perubahan paradigma yang lebih luas menuju interaksi bisnis yang lebih personal dan terlibat dengan pelanggan dalam era digital yang terus berkembang. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memanfaatkan penggunaan fitur ini guna memperoleh keunggulan kompetitif dalam industri *e-commerce* yang semakin kompetitif dan dinamis.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian berupa *literature review* atau pengkajian literatur. *Literature review* merupakan analisis mengenai teori, hasil penelitian, dan referensi lain yang digunakan sebagai dasar dalam penelitian. Isinya berupa ringkasan dan evaluasi penulis terhadap berbagai sumber pustaka (dari artikel, buku, dan informasi dari internet lainnya yang diterbitkan pada tahun 2019-2024) tentang topik yang sedang dibahas. Alasan mengapa peneliti memilih *literature review* karena dapat membantu membantu peneliti dalam menganalisis, mengkaji serta merangkum penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya tentang topik tertentu yang telah dipilih. Hal ini memiliki manfaat untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang suatu topik. *Literature review* juga dapat memberikan sebuah gambaran lebih jelas tentang hal yang telah diketahui. Ini sangat berguna dalam bidang apa saja dan juga memberikan kontribusi dalam hal peningkatan pemahaman tentang suatu topik.



Untuk melakukan *literature review* dalam metode penelitian, langkah awalnya adalah menetapkan ruang lingkup penelitian yang jelas, yang mencakup pemahaman yang mendalam tentang topik yang akan diteliti. Kemudian adalah mengidentifikasi sumber informasi yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, dan prosiding konferensi yang berkaitan dengan metode ilmiah yang dipilih. Setelah sumber-sumber terkumpul dilakukan pencarian literatur berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Proses selanjutnya melibatkan analisis dan evaluasi mendalam terhadap literatur yang dipilih, dengan mencatat temuan utama, metodologi, hasil, dan kesimpulan dari setiap sumber. Dari sini, dilakukan sintesis informasi dari berbagai literatur yang telah dikaji untuk menyusun *literature review* yang komprehensif. Langkah berikutnya adalah menulis *literature review* dengan struktur yang jelas, memastikan setiap bagian terhubung dengan baik dan disertai dengan referensi yang lengkap. Akhirnya sebelum mempublikasikan atau menggunakan *literature review* dalam penelitian, langkah terakhir adalah melakukan revisi dan *review* lanjutan oleh rekan sejawat atau mentor untuk memastikan kualitas dan ketepatan informasi yang disampaikan.

Peneliti memilih metode penelitian *literature review* karena memungkinkan pengumpulan, evaluasi, dan analisis data dari berbagai sumber yang telah ada, seperti artikel jurnal, buku, tesis, dan laporan penelitian sebelumnya. Dengan cara ini, mereka dapat menggunakan pengetahuan yang telah terkumpul untuk mendalami suatu topik, menilai kemajuan dalam domain pengetahuan tertentu, mengevaluasi metode penelitian yang telah digunakan, dan mengidentifikasi area-area di mana pengetahuan lebih lanjut diperlukan. Metode *literature review* juga memungkinkan peneliti untuk menghemat biaya dan waktu yang biasanya diperlukan untuk mengumpulkan data primer, karena fokusnya adalah pada analisis dan sintesis informasi yang telah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Shopee Live Sebagai Platform Pengembangan Bisnis di Era digital

Dalam era digital seperti sekarang ini *e-commerce* berperan sangat penting dalam memajukan bisnis para UMKM dan pebisnis lokal. Shopee Live merupakan sebuah fitur yang memungkinkan *seller* untuk membuat live streaming untuk mempromosikan toko dan produk secara langsung ke konsumen. Dalam sesi *live streaming* ini konsumen juga tentunya dapat berkomunikasi langsung dengan penjual secara *real-time* lewat kolom komentar pada sesi live tersebut, untuk mengetahui lebih detail tentang produk yang mereka jual dan dapat membelinya secara langsung tanpa meninggalkan sesi *live streaming* (Dwika,2023).

Fitur *live streaming* bertujuan guna mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli terutama tentang produk yang mereka tawarkan secara langsung. Shopee live sendiri dapat digunakan oleh semua anggota dari Shopee termasuk penjual merk resmi dan UMKM, mereka semua dapat langsung terlibat dan berinteraksi langsung dengan pembeli. Kebanyakan dari penjual juga menaruh diskon atau *cashback* yang lumayan besar di dalam sesi *live streaming* nya untuk lebih menarik minat pelanggan agar mereka tergiur dan langsung membeli produk tersebut saat itu juga.

Pemanfaatan Fitur Live Shopee Terhadap Peningkatan Penjualan

Shopee Live termasuk salah satu dari digital marketing yang sudah banyak dimanfaatkan oleh para pebisnis di era digital saat ini. Hal ini terbukti bahwa live streaming Shopee memiliki peran yang signifikan terhadap peningkatan penjualan. Karena fitur tersebut terdapat karakteristik yang sangat bisa dimanfaatkan seperti jangkauannya yang luas dan didukung dengan aksesibilitas yang baik, karena baik pebisnis maupun customer yang melihat hanya mengandalkan *smartphone* saja untuk mengakses fitur tersebut. Selain itu biaya yang efisien, fleksibilitas yang tinggi bagi para customer untuk melihat dan membelinya serta fitur tersebut juga meningkatkan interaksi antara penjual dan calon pembeli karena diadakan secara real time. Live Shopee juga dapat menjelaskan barang/jasa yang dijual lebih detail karena tidak adanya limit atau pembatasan dalam melakukan penjualan.

Selain kelebihan yang sudah dijelaskan, dalam penelitian juga mengidentifikasi kendala yang dihadapi karena pemanfaat fitur *live streaming* Shopee. Hal-hal tersebut seperti adanya kendala teknis yaitu sinyal yang lemah dan tidak cukup kuat, menyebabkan terjadinya penurunan kualitas video yang akan diterima oleh penonton dan mengganggu potensi penjualan. Selain itu juga terdapat kendala operasional seperti performa host yang tidak maksimal, yang dimana disini peran host sangat penting. Karena host adalah seseorang yang mengatur jalannya live streaming tersebut dan bagaimana host



menyampaikan informasi, promosi, hingga melakukan hal hal interaktif kepada penonton untuk meningkatkan penjualan.

Dengan adanya kelebihan dan kekurangan tersebut, perusahaan juga perlu memperhatikan keamanan karena pebisnis bisa saja menghadapi serangan *cyber* dan menyebabkan kerugian-kerugian yang tidak diinginkan. Namun tetap saja, pemanfaatan *live streaming* Shopee telah terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan produk maupun jasa melalui peningkatan jangkauan, efisiensi biaya, dan interaksi langsung dengan konsumen.

Interaksi Antara Penjual dan Konsumen melalui Fitur Shopee Live dalam Memengaruhi Persepsi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Merek atau Produk yang Ditawarkan

Interaksi antara penjual dan konsumen melalui fitur Shopee Live merupakan salah satu strategi pemasaran yang semakin populer dalam era digital ini. Fitur ini memungkinkan penjual untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen melalui siaran langsung, sehingga menciptakan pengalaman belanja yang lebih personal dan interaktif. Pada dasarnya, interaksi ini berpotensi memengaruhi persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap merek atau produk yang ditawarkan. Melalui fitur Shopee Live, penjual dapat memberikan informasi secara langsung, menjawab pertanyaan konsumen secara real-time, serta memperlihatkan produk secara lebih detail. Hal ini dapat membantu konsumen untuk melihat produk secara langsung dan mendapatkan informasi detail tentang produk yang ditawarkan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk yang ditawarkan. *Live streaming* Shopee telah menjadi pilihan penjual untuk memasarkan produk mereka karena dapat menghemat tempat, biaya, dan waktu, serta memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai produk, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keaslian produk.

Selain itu, belanja online memiliki risiko ketidakpastian dan kurangnya pengawasan, namun dengan menggunakan fitur *live streaming* Shopee, pelaku UMKM dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan. Interaksi langsung antara penjual dan konsumen juga dapat membangun hubungan yang lebih dekat antara keduanya. Dengan berkomunikasi secara langsung, konsumen merasa lebih diperhatikan dan dihargai oleh penjual, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap merek atau produk tersebut. Dengan begitu, interaksi antara penjual dan konsumen melalui fitur Shopee Live dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap merek atau produk yang ditawarkan. Dengan memberikan pengalaman belanja yang lebih personal, interaktif, dan informatif, fitur ini dapat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan membangun hubungan yang lebih kuat antara penjual dan konsumen.

Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian melalui Fitur Live Shopee

Pada era digital ini, penggunaan *live video* banyak digunakan oleh pebisnis dalam melakukan pemasaran terhadap produknya, karena hal tersebut menghemat tempat, biaya, serta waktu (Faradiba dan Syarifuddin, 2021). Produk yang ditawarkan melalui *e-commerce* akan berpengaruh terhadap kepercayaan para konsumen, karena dengan tingginya tingkat kepercayaan konsumen, dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Fitur Shopee Live dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen, bahwa produk yang akan dibelinya merupakan produk terpercaya dengan kualitas yang terjamin serta harga yang terjangkau. Dengan melakukan pemasaran yang informatif sehingga para calon konsumen dapat mempercayai dan hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang dijual.

Live streaming yang terdapat pada fitur Shopee memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Karena adanya *live streaming* memungkinkan penjual untuk menyiarkan visual lebih jelas secara langsung dan real-time saat melakukan promosi produknya. Hal tersebut dapat menarik perhatian pembeli daripada hanya melihat review hasil customer yang pernah membeli produk tersebut. Dengan adanya *live streaming* menambah keyakinan calon pembeli sehingga mempengaruhi keputusan pembelian customer.

Selain itu, kualitas produk yang dijual tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Meskipun kualitas produk merupakan faktor penting yang menjadi penyebab calon konsumen mempertimbangkan pembelian produknya, hal ini tidak terlalu signifikan karena faktor lain



seperti live streaming dan kepercayaan konsumen terhadap apa yang dilihatnya lebih memiliki pengaruh. Para penonton live streaming cenderung lebih memperhatikan apa yang ditampilkan secara real-time, didukung dengan promosi yang ada menyebabkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian calon customer. Namun, kepercayaan terhadap barang yang dijual dapat meningkatkan keputusan pembelian serta memungkinkan pembelian secara berulang karena adanya kepercayaan pada produk dan keamanan saat melakukan transaksi.

SIMPULAN

Shopee Live merupakan fitur yang memungkinkan penjual melakukan siaran langsung untuk mempromosikan produk secara langsung kepada konsumen. Dalam sesi live streaming, konsumen dapat berinteraksi langsung dengan penjual melalui kolom komentar, memperoleh informasi detail tentang produk, dan melakukan pembelian secara langsung. Fitur ini bertujuan untuk mempermudah komunikasi antara penjual dan pembeli, serta meningkatkan interaksi real-time di antara keduanya. Meskipun memiliki kelebihan dalam meningkatkan penjualan dan interaksi, perusahaan juga perlu memperhatikan aspek keamanan terkait potensi serangan siber. Namun, fitur Shopee Live sangat bisa dimanfaatkan sebagai platform untuk pengembangan bisnis karena pemanfaatan Shopee Live telah terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan produk dan jasa melalui peningkatan jangkauan, efisiensi biaya, dan interaksi langsung dengan konsumen..

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah melakukan kontribusi dalam penelitian ini. Bantuan dan kontribusi serta dukungan dari semua pihak terkait sangat berarti bagi kesuksesan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta masyarakat luas dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, A., Sari, P., Alhada, M., & Habib, F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41–58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759>
- Azalia, D., & Amin, M. (2023). Analisis Penerapan Live Streaming Shopee dan Digital Marketing terhadap Peningkatan Penjualan di PT Erju Dermatologi Indonesia. *Management, and Industry (JEMI)*, 6(2), 117–132. <https://doi.org/10.36782/jemi.v6i2.2435>
- Dirnaeni, D., Ardiansyah, I., & Kuswahu Indira, C. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI FITUR SHOPEE LIVE. In *46 UG JURNAL* (Vol. 16).
- Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. (n.d.). *Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelau*.
- Victor Kamanda, S. (n.d.). *PENGARUH FITUR LIVE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE*. 2(1), 1–7.
- Khairunnisa Ginting, A., & Harahap, K. (n.d.). PENGARUH DIRECT MARKETING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP REPURCHASE INTENTION PADA LIVE STREAMING MARKETING SHOPEE LIVE (Studi Pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Medan). *JOSR: Journal of Social Research Juli, 2022*(8), 500–506. <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>