

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin modern telah memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat. Kemajuan dalam bidang komunikasi, teknologi, dan informasi turut mendorong perubahan perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginannya (Kotler & Keller, 2021). Akses internet yang mudah dan dapat digunakan kapan pun serta dimana pun menjadi faktor pendorong utama perubahan tersebut. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2025, tingkat akses internet di Indonesia telah mencapai 80,66% dengan jumlah pengguna sebanyak 229,42 juta penduduk yang telah terhubung dengan internet. Angka tersebut menunjukkan adanya peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yaitu sebesar 79,5% pada tahun 2024. Peningkatan jumlah pengguna internet tersebut memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk aktivitas penjualan.

Pada masa sebelumnya kegiatan perdagangan dilakukan secara konvensional di mana konsumen harus datang langsung ke toko untuk melihat, memilih, dan membeli produk yang diinginkan. Namun, seiring dengan berkembangnya teknologi internet proses transaksi mengalami *transformasi*. Konsumen kini dapat melakukan pembelian tanpa harus bertatap muka secara langsung dengan penjual, melainkan melalui jaringan internet yang menghubungkan kedua belah pihak. Fenomena ini memunculkan beragam inovasi,