

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah berdampak pada perkembangan bisnis. Pada tahun 2019 pasar *online* menjadi *platform* belanja dengan jumlah transaksi tertinggi di seluruh dunia. Peningkatan pembelian *online* secara global berpotensi meningkatkan pendapatan dari aktivitas ini, mencapai \$5,4 triliun pada tahun 2022 (Statista, 2021). E-commerce di Indonesia telah menjadi salah satu pasar terbesar dan berkembang pesat di dunia, sebuah fakta yang diakui oleh (World Retail Congress, 2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sirclo pada tahun 2019 terhadap konsumen di Indonesia, rata-rata individu melakukan pembelian online sebanyak 3 hingga 5 kali per bulan dan mengalokasikan sekitar 15% dari pendapatan bulannya untuk keperluan belanja online.

Di masa lalu, konsumen harus pergi ke pasar untuk berbelanja, tetapi sekarang mereka dapat melakukan belanja dari kenyamanan rumah mereka. Hal ini telah menyebabkan perubahan perilaku konsumen dan menciptakan tren di kalangan mereka. Salah satu alasan utama di balik popularitas pasar online adalah ketersediaan produk dengan harga yang lebih terjangkau. (Sirclo, 2019). Perkembangan inovasi dalam bisnis digital saat ini terus meningkat, yang menghasilkan terciptanya sebuah sistem yang dikenal dengan istilah marketplace. Marketplace merupakan hasil evolusi dari perkembangan e-commerce (Juwita *et*