

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Progresivitas pemakaian internet selaku media promosi pada dunia bisnis *online* mengalami kemajuan, media komunikasi dalam konsekuensi perkembangan internet tidak dapat lagi dihindari. Yang lahir terlebih pada angkatan era 1980 ke atas dimana paparan teknologi digital telah memintasi berbagai macam arah seperti *mobile phone*, *computer* dan internet. (Hariningsih 2013) dalam jurnal Sutarman, DKK (2022).

Untuk pengaplikasiannya dalam komunikasi pemasaran yang memanfaatkan media internet sebagai instrumen telah dilakukan secara utuh oleh kumpulan pedagang masyarakat dengan aksentuasi bidang perdagangan yang memanfaatkan *e-commerce*. Sifat yang pragmatis serta efisien yang memicu masyarakat untuk bersulih dari sistem perdagangan yang konvensional menuju penerapan sistem *online*.

Dalam perdagangan bisnis *online* saat ini istilah *e-commerce* menjadi salah satu konstruksi bisnis yang menggerakkan perdagangan ekonomi. *E-commerce* berkembang beriringan dengan semakin percayanya konsumen terhadap industri perbankan dalam perkembangannya perdagangan yang melalui *online* atau internet yang berpengaruh dalam tingkat penjualan suatu produk maupun layanan.

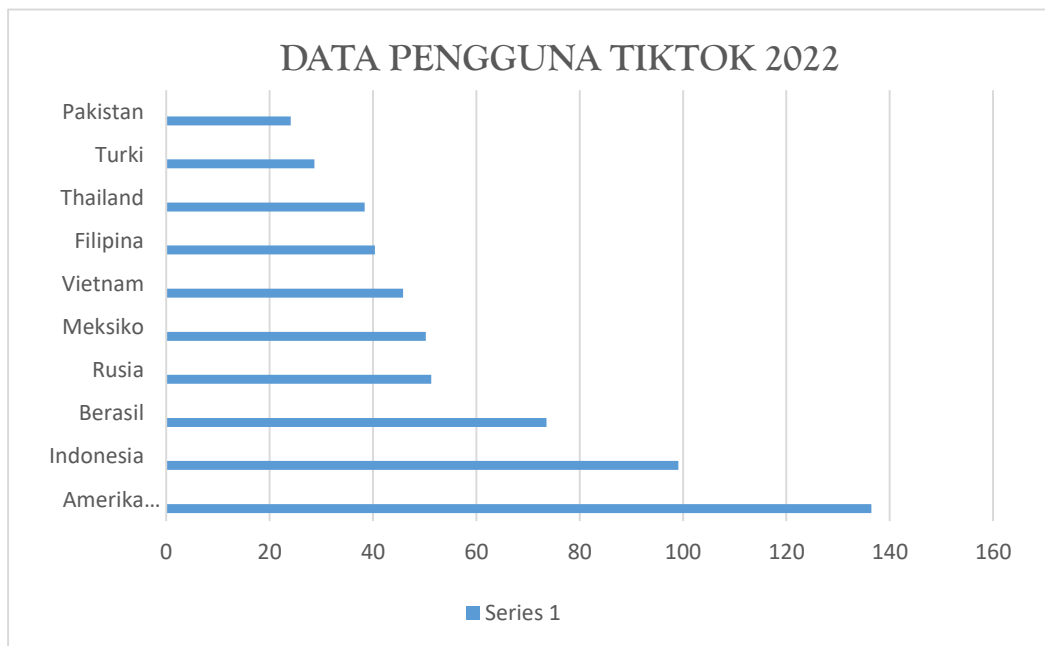
Menurut Hermawan (2021) salah satu pengembangan satu kesatuan dari bisnis *e-commerce* yaitu *affiliate marketing*, dimana *affiliate marketing* ini berperan sebagai pembantu pemasaran dengan melalui konten kreator atau pengiklan yang menjual produk kembali oleh penjual aktif lainnya yang ada pada *marketplace* yang terhubung dalam *e-commerce* dengan *feedback* berupa komisi.

Oleh karena itu *affiliate marketing* adalah sebuah strategi perspektif pemasaran internet dan *e-commerce* yang terletak pada pengalihan tanggung jawab penjualan kepada pihak

ketiga khususnya pada klien yang diberi komisi karena sudah meyakinkan konsumen atau klien lain untuk membeli produk sponsor tersebut atau produk perusahaan lain. Orang yang berperan sebagai *affiliate* berupaya untuk memastikan bahwa lebih banyak produk yang dijual maka dapat memperoleh komisi lebih banyak lagi.

Dalam artikel yang ditulis oleh Jayani (2021) terkait hasil riset yang telah dilakukan oleh *gogle, Tamase, Bain & Company* menunjukkan bahwa Indonesia menempati urutan pertama dalam nilai ekonomi digital se-Asia Tenggara yang dilihat dari nilai penjualan atau *gross merchandise value* sebanyak US\$ 70 miliar dan terus meningkat menjadi US\$ 146. Hal ini memperlihatkan bagaimana para pelaku bisnis sudah mulai sadar bahwa digital telah mendorong mereka untuk terus mengikuti perkembangan trend. Maka dari itu *Affiliate Marketing* saat ini menjadi pertimbangan strategi utama bagi semua perusahaan yang berpartisipasi dalam *e-commerce*.

Sedangkan di tahun 2020 sebagian negara di dunia salah satunya Indonesia adanya masa pandemi. Dengan adanya masa pandemi Covid-19 yang berakibat keadaan ekonomi semakin buruk., dan juga sebagian sedikit pembisnis yang mengalami kerugian sampai gulung tikar karena pandemi covid 19 (Sugianti & Anwar, 2021). Saat pandemi tersebut masyarakat dihimbau untuk melakukan aktivitas di rumah apapun itu seperti Work From Home (WFH). Dan banyak masyarakat merasakan bosan dan jenuh. Masyarakat juga mengalami kesulitan berbelanja dan juga saat melakukan aktivitas yang lain. Maka dari itu adanya berkembangnya teknologi seperti *e-commerce*, masyarakat lebih mudah melakukan belanja sesuai kebutuhan nya.



Gambar(1) 1.1 Data Pengguna Tiktok

Sumber: dataindonesia(2022): <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>

Tiktok adalah aplikasi yang ada pada media sosial yang banyak digunakan masyarakat di berbagai negara. Aplikasi ini juga populer di Indonesia salah satunya dikalangan remaja. Dan juga Indonesia adalah negara yang pengguna tiktok nya terbesar nomer 2 di dunia. Jumlah pengguna mencapai 99,07 juta pada April 2022. (Databoks:2022)

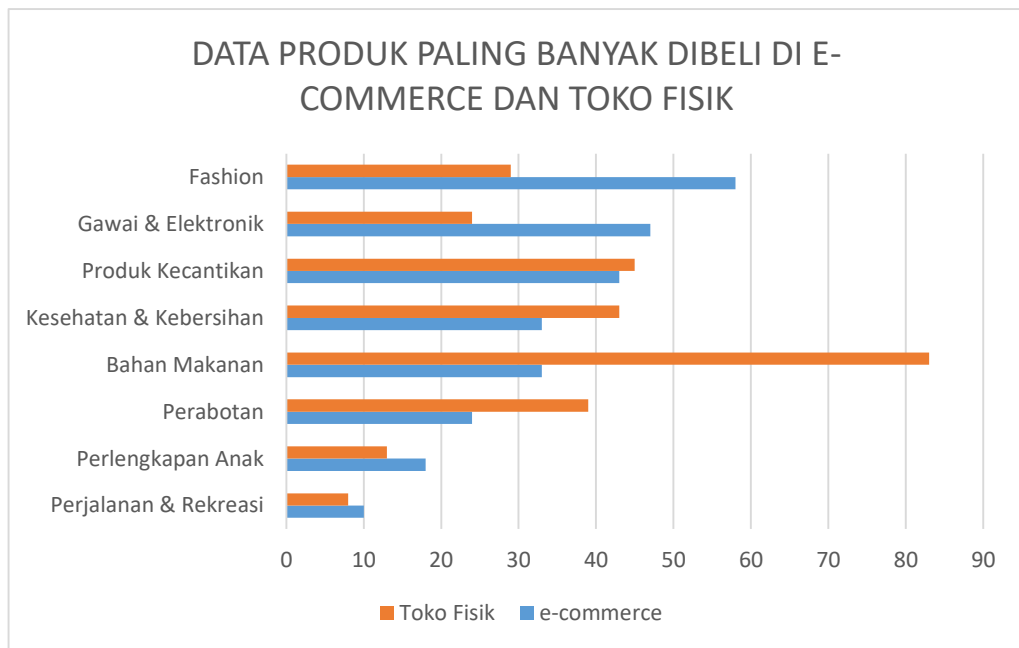
Dengan semakin berkembangnya teknologi yang ada di media sosial maka kita dapat melakukan pembelian online melalui *marketplace* yang ada di media sosial salah satunya Tiktok Shop. Dan tiktok saat ini ada fitur baru yang memudahkan serta ada penawaran untuk mendapatkan produk yang lebih murah dibandingkan toko online yang lain.

Pengguna tiktok saat ini yang ada di Indonesia sudah banyak sekali. Tiktok Shop adalah salah satu fitur baru yang ada di Tiktok, tempat belanja berbagai jenis

produk yang lain serta tempat belanja online generasi X sampai generasi Z bahkan seluruh kalangan masyarakat. Dan tiktok shop ini juga memiliki pelayanan yang hampir sama dengan e-commerce dan marketplace yang lain. Tetapi yang ada di tiktok shop memberikan harga yang lebih rendah dari marketplace yang ada, juga memberikan promosi yang menarik melalui affiliate marketing sehingga dapat mendorong konsumen untuk membeli. Dan juga tiktok shop memberikan berbagai jenis promo yang menarik bahkan potongan harga yang cukup besar dan voucher ongkos kirim gratis. Masyarakat khususnya generasi X dan Z lebih memilih berbelanja online melalui tiktok shop pada saat ini.

Data dari ByteDance yaitu pertumbuhan yang pesat dari tiktok shop yang ada di Asia Tenggara salah satunya adalah Indonesia dimana transaksi e-commerce ini memiliki kenaikan hingga empat kali lipat sepanjang tahun 2022. Barang yang dibeli atau GMV (gross merchandise value) yang ada di Asia Tenggara mencapai US\$4,4 miliar atau lebih dari Rp. 68 triliun. Menurut data Intan Rakhmayanti CNBC Indonesia pada hari Jum'at 13 Januari 2023.

Adapun berbagai macam produk belanja online yang ada di *marketplace* lainnya, *e-commerce* lebih digemari untuk berbelanja produk fashion, berdasarkan hasil survei JakPat pada databoks kebanyakan warga Indonesia lebih tertarik untuk berbelanja produk fashion melalui *e-commerce* atau *marketplace* lainnya. Sebanyak 58% responden memilih *e-commerce* untuk belanja fashion. Sedangkan yang belanja produk ini di toko hanya 29%. (Databoks:2022).



Gambar(2) 1.1 Data Produk Fashion

Sumber: databoks(2022):

<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2022/09/08/banyak-konsumen-lebih-pilih-e-commerce-untuk-belanja-fashion>

Dari peningkatan konsumen yang banyak memilih belanja fashion melalui marketplace salah satunya adalah yang ada di tiktok shop dimana tiktok shop memiliki beberapa penjual produk fashion yang banyak juga digandrungi oleh konsumen-konsumen yang lain, yang memilih untuk membeli online dari pada langsung dari toko. Sedangkan dengan berbagai produk yang terjual di tiktok shop salah satunya produk fashion yang merupakan produk kebanyakan menggunakan dengan cara mendaftarkan produknya dengan affiliate marketing, dan tepat pada tanggal 27 Maret 2023 sudah terdaftar akun affiliate Marketing produk fashion dengan jumlah 1.919 akun tiktok shop dengan berbagai macam kategori yang ada di seller center tiktok shop marketplace affiliate. (seller center tiktok shop:2023)

Dalam jurnal Sa'adah DKK (2022) dengan hasil penelitiannya menunjukkan minat generasi Z yang cukup tinggi untuk memanfaatkan fitur tiktok shop yang menjadikan fitur ini sebagai salah satu jalan utama dari berbagai pilihan yang lain untuk

melakukan transaksi berbelanja online di produk fashion. Dan juga ditunjukkan dalam penelitian ini bahwa penggunaan kemudahan dari tiktok shop menunjukkan 90% dari generasi Z setuju bahwa tiktok shop memberikan kemudahan dalam penggunaannya.

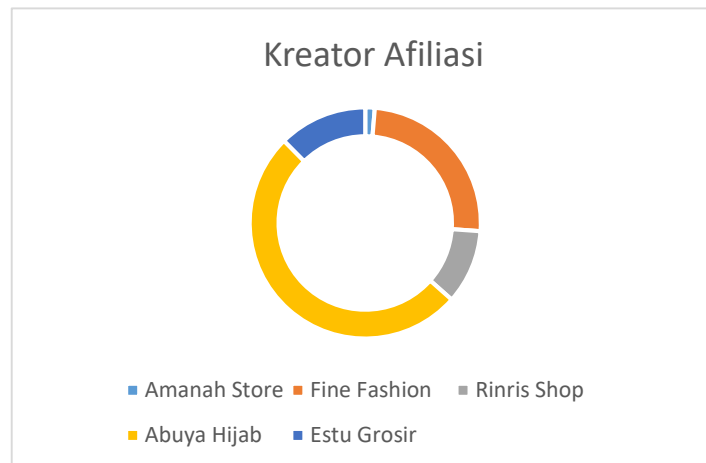
Tiktok *affiliate* ini adalah salah satu fitur baru yang ada di tiktok shop atau layanan afiliasi yang mana pengguna akan mempromosikan produk yang ada di tiktok shop, untuk menjadi tiktok affiliate pengguna tidak perlu membutuhkan modal dan mereka akan mendapatkan komisi dari link afiliasi mereka. Bisnis afiliasi seperti ini banyak diterapkan oleh beberapa *e-commerce* seperti shopee dan juga toko pedia, tetapi tiktok sekarang menjadi sebuah media sosial yang cukup berkembang dan juga memiliki ekosistem yang tentu saja mudah dijangkau atau luas dan pastinya dapat memanfaatkan bisnis afiliasi sebagai sarana atau wadah bagi penggunanya untuk mudah mendapatkan komisi. Tiktok *affiliate* sendiri menawarkan komisi yang cukup besar dibandingkan beberapa *e-commerce* yang menggunakan bisnis afiliasi, tiktok menyediakan komisi 5% sampai 10% dari tiap produk yang berhasil terjual melalui link afiliasi tersebut, dan komisi tersebut akan masuk ke dalam saldo pengguna affiliate tersebut setelah tujuh hari dari pemesanan yang selesai. (IDX.Channel.Com:29/05/2023).

Dengan adanya tiktok shop dan *affiliate marketing* ini menjadi ketertarikan generasi kaum milenial dengan penjualan produk fashion yang setiap hari nya mengeluarkan trend baru yang banyak diminati oleh generasi X sampai generasi Z mulai dari fashion, hijab dll. Tidak hanya itu dengan adanya *affiliate marketing* juga dapat menjadikan peluang untuk para generasi milenial maupun generasi Z untuk memiliki penghasilan tambahan serta menghilangkan rasa penat dan mengisi waktu yang kosong saat melakukan promosi produk *affiliate* dengan cara membuat video konten kreator dan mendapatkan komisi. Dengan adanya tiktok *affiliate* banyak nya

peluang untuk semua kalangan perusahaan online lebih banyak melakukan kerjasama kepada pengguna tiktok yang tertarik untuk mendaftarkan diri menjadi klien *affiliate* atau pengguna tiktok *affiliate*, program ini sangat menguntungkan bagi semua pengguna tiktok dan juga wadah sebagai pengembangan marketing semua perusahaan yang menjualkan produknya di tiktok dan bisa juga mengembangkan produknya untuk bisa dijadikan produk *affiliate*.

Dengan adanya program baru ini yang ada di tiktokshop generasi X maupun Z menjadi memiliki rasa ingin tau untuk mencoba jika mengetahui program *affiliate* yang ada di tiktok ini menguntungkan dan mendapatkan komisi penjualan *affiliate* yang terjual.

Dari beberapa ulasan diatas saya tertarik untuk melakukan riset atau penelitian tentang *affiliate marketing* tiktok shop ini dimana saya akan meneliti dari beberapa pendaftar produk affiliator tiktok shop di indonesia yaitu pertama dari Amanah Store Mojokerto Jawa Timur yang memiliki beberapa pendaftar afiliasi berjumlah 12 kreator, yang kedua Fine Fashion dari Krendang Jakarta Barat dengan jumlah afiliasi yang sudah bergabung total 224 kreator , ketiga dari Rinris Shop dari Bandung dengan jumlah pendaftar afiliasi yang sudah bergabung 94 kreator, yang keempat dari AbuyaHijab berasal dari Sukodono Jepara Jawa Tengah yang memiliki pendaftar afiliasi dengan jumlah 461 kreator dan juga Estu Grosir yang berasal dari Pekalongan dengan jumlah afiliasi 255 kreator.



Gambar(3) 1.1 Data Produk Fashion

Sumber: Seller Tiktok Shop

Dengan uraian fenomena yang sudah dijelaskan dengan alasan saya untuk mengambil judul “Peran *Affiliate Marketing* Sebagai Upaya Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop Produk *Fashion*”

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Peran *Affiliate Marketing* dalam upaya meningkatkan ketertarikan konsumen untuk menggunakan tiktok shop pada produk *fashion*

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan Peran *Affiliate Marketing* sebagai upaya meningkatkan keterarikan konsumen pada Aplikasi Tiktok Shop produk *Fashion*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Sebagai Pengembangan untuk keilmuan manajemen pemasaran terkhususnya pada marketing komunikasi.

2. Paktis

a. Bagi objek yang diteliti

Sebagai bentuk pengetahuan tambahan atau informasi dari peran *affiliate marketing* yang ada pada tiktok Shop.

b. Bagi Peneliti

Pemahaman atau penngetahuan yang lebih mendalam mengenai peran *affilate marketing* terhadap aplikasi tiktokshop

c. Bagi Akademik

Dapat dijadikan refensi tambahan untuk peneliti yang lain atau selanjutnya

1.5 Sistematika Pembahasan

Penulisan sitematika proposal skripsi ini untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai materi pembahasan dalam penelitian, sehingga dapat memudahkan pembaca untuk mengetahui maksud dilakukannya penelitian proposal skripsi sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi tentang pendahuluan yang menguraikan latar belakang ditulisnya proposal skripsi ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka adalah ringkasan komprehensif dari penelitian sebelumnya tentang suatu topik. Literatur dapat bersumber dari artikel ilmiah, buku, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan bidang penelitian tertentu. Tinjauan tersebut harus menyebutkan, menjelaskan, merangkum, mengevaluasi secara objektif, dan memperjelas pada penelitian sebelumnya.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada dasarnya Bab bagian ini menjelaskan bagaimana penelitian itu dilakukan. Materi pokok bagian ini adalah: Jenis Penelitian, Penetapan Lokasi Dan Waktu Penelitian, Fokus Penelitian, Pemilihan Informan, Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data.