

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern ini membuat manusia sangat bergantung pada teknologi dan internet. Berdasarkan laporan dari We Are Social kini tercatat mencapai 212,9 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2023. Teknologi dan internet sangat mempengaruhi perilaku manusia, terutama pada perilaku aktivitas bisnis. Jika awalnya aktivitas bisnis dilakukan secara konvensional, maka saat ini aktivitas tersebut dapat dilakukan secara daring. Salah satu bentuk dari teknologi dan internet yang mempengaruhi aktivitas bisnis adalah dengan adanya media sosial dan e-commerce. Saat ini media sosial tidak hanya sekedar digunakan untuk berkomunikasi, tetapi digunakan sebagai wadah informasi, hiburan, edukasi hingga bisnis. Sama halnya dengan e-commerce yang menambah variasi aktivitas bisnis, yang di mana seseorang dapat berinteraksi dengan mudah dengan penjual atau pembeli.

Dengan adanya kepraktisan serta efektivitas dari e-commerce, membuat banyak para pemilik brand untuk mentransformasikan yang semula hanya secara konvensional, kini merambah ke dalam platform *e-commerce*. Adanya media sosial dan e-commerce juga membuat para pemilik brand berupaya mengkolaborasikan kedua platform tersebut untuk menunjang bisnis mereka dengan berbagai macam teknik. Ada berbagai macam teknik yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pembelian, salah satu teknik marketing yang sering digunakan dan sedang menjadi tren di media sosial adalah teknik *affiliate marketing*. *Affiliate marketing* didefinisikan sebagai kegiatan mempromosikan produk orang atau dari perusahaan lain dan akan memperoleh komisi jika terjadi pembelian dengan link referensi kita (A'aisah , 2022).

Keunggulan pada strategi *affiliate marketing* yaitu semua orang dapat menjual info produk dengan mudah, cukup dengan membuat sebuah info suatu produk yang akurat dan dapat menarik pengunjung untuk datang ke situs web

pemilik produk tersebut (Ahmad, 2017). Umumnya *affiliate marketing* dilakukan untuk para pelaku bisnis *online* sebagai alat bantu dalam memasarkan produk atau jasa mereka (Safitri & Sujito, 2011).



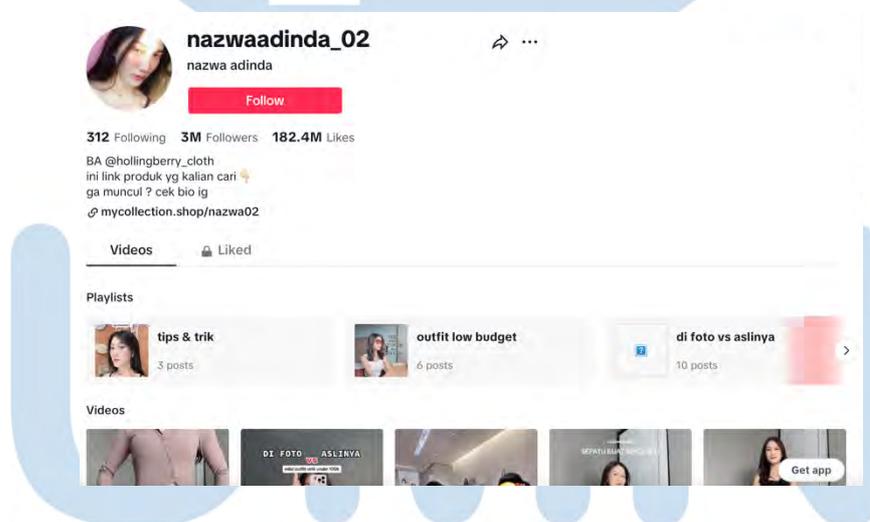
Gambar 1. 1 Contoh konten affiliate marketing di Tiktok

Sumber : (TikTok , 2023)

Sistem kerja pada *affiliate marketing* dilakukan dengan cara mengarahkan seseorang untuk berkunjung ke dalam halaman produk Shopee melalui link khusus yang dimiliki oleh pemasar. *Link* tersebut diperoleh dari pedagang tertentu sebagai salah satu pendeteksi apabila ada terjadinya suatu transaksi yang melalui *link* referensi pemasar. Seorang pemasar tidak perlu memikirkan stok atau persediaan barang, tetapi hanya perlu memikirkan bagaimana mengarahkan pengunjung ke dalam *website* melalui link khusus yang dimiliki oleh pemasar (Aldhama , 2022). Teknik *affiliate marketing* memiliki tujuan untuk menawarkan berbagai produk dan jasa dan meningkatkan kesadaran minat dan beli.

Para pelaku pemasaran atau *content creator* menggunakan aplikasi TikTok karena saat ini aplikasi TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan untuk kegiatan *digital marketing* ini. Aplikasi TikTok ini menampilkan fitur-fitur yang kekinian yang dapat menarik para pengguna TikTok untuk menggunakannya (2021, p. 2).

Seperti salah satu *affiliate marketer* di TikTok yang gemar memasarkan produk *fashion* dengan nama akun @Nazwaadinda_02 yang mempunyai 2,8 juta followers dan 171,9 juta jumlah *likes*. Nazwa mempromosikan barang yang ia pasarkan dengan cara *soft selling*, dengan menggunakan cara *soft selling* seperti menari dengan gerakan-gerakan yang sedang *trending* di Tiktok dengan menggunakan barang yang dipasarkannya. Hal tersebut memudahkan Nazwa dalam memasarkan produk sehingga banyaknya penonton yang menyukai konten atau barang yang sedang dipasarkan.

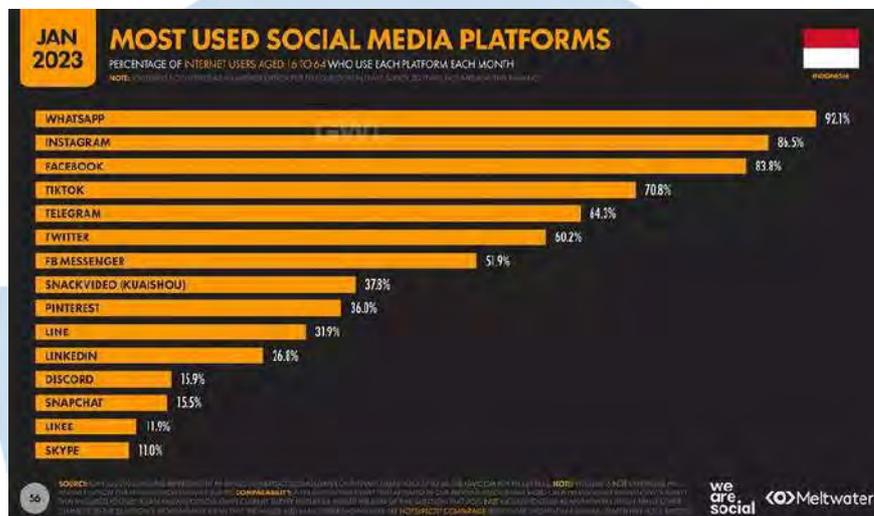


Gambar 1. 2 Profil Akun TikTok Nazwa Adinda

Sumber : (TikTok, 2023)

Berdasarkan laporan terbaru dari We Are Social, TikTok menduduki peringkat keempat aplikasi yang sering digunakan per Januari 2023 dan berdasarkan data di atas banyaknya pengguna aktif TikTok di Indonesia sebesar 70,8%, melihat TikTok menjadi urutan keempat dalam platform media sosial yang

paling banyak digunakan, hal tersebut membuat para pemilik brand ingin memasarkan produk mereka melalui aplikasi TikTok.



Gambar 1. 3 Most Used Social Media Platforms

Sumber : (Kemp, 2023)

Shopee merupakan sebuah platform yang disesuaikan untuk tiap wilayah dan menyediakan pengalaman berbelanja online yang mudah, aman, dan cepat bagi pelanggan melalui dukungan pembayaran dan logistik yang kuat (2023). Menurut katadata.co.id (2022). Shopee merupakan platform e-commerce yang paling banyak dipilih untuk berbelanja online saat ini, persentasenya mencapai 90%. Peluang yang besar bagi para konten kreator yang memiliki akun media sosial untuk mempromosikan produk Shopee di TikTok, e-commerce Shopee selain paling besar, kini juga menyediakan *Shopee Affiliate Program*.

Program ini dikhususkan untuk para konten kreator yang gemar dalam membuat konten dengan mempromosikan barang-barang yang dijual di Shopee khusus untuk toko yang berlogo *Shopee mall* dan *Star seller*. *Shopee Affiliate Program* terbagi menjadi tiga program, yakni *Shopee partner*, *Shopee Influencer*, dan *Shopee Affiliate*. Perbedaan paling utama untuk membedakan ketiga program tersebut yaitu jumlah minimum pengikut atau *subscriber*. untuk mendapatkan komisi 1% hingga 100%, tergantung dengan setiap perhitungan komisi per program dengan maksimal komisi setiap terjadinya transaksi sebesar Rp 10.000.

PROGRAM	KETENTUAN	PERHITUNGAN KOMISI*
SHOPEE PARTNER*	Min. 2000 Followers/ Subscribers di YouTube, Instagram, TikTok, Twitter & Mencapai 50 order minimal satu kali dalam 3 bulan terakhir	10% Toko yang Dipromosikan & 2% Toko yang Tidak Dipromosikan
SHOPEE INFLUENCER**	Min. 2000 Followers/ Subscribers di YouTube, Instagram, TikTok, Twitter	5% Toko yang Dipromosikan & 1% Toko yang Tidak Dipromosikan
SHOPEE AFFILIATE**	Semua pengguna	5% Toko yang Dipromosikan & 1% Toko yang Tidak Dipromosikan

* Perhitungan Komisi ini berlaku efektif per tanggal 1 Oktober 2022.
 * Maksimum Rp50.000 per transaksi valid. Namun, jika produk memiliki Komisi XTRA, tidak ada batas maksimum per transaksi valid.
 ** Maksimum Rp10.000 per transaksi valid. Namun, jika produk memiliki Komisi XTRA, tidak ada batas maksimum per transaksi valid.

PERHITUNGAN = % KOMISI X HARGA

Komisi terhitung setelah selesainya transaksi yang sah dari produk Star Seller/Star+/Mall pada platform Shopee

Gambar 1. 4 Keuntungan Program Shopee Affiliate

Sumber: (Shopee Indonesia, 2023)

Keberhasilan dalam pemilik bisnis online tidak terlepas dari minat konsumen untuk melakukan pembelian atau belanja *online*. Minat konsumen untuk melakukan pembelian atau belanja *online* dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kepercayaan konsumen terhadap *reseller* atau pelaku penjualan *online* (Riski, Haris, & Suwena, 2019).

Berdasarkan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Verysen, 2022) menyatakan bahwa variabel pesan iklan pokemon TCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tzeliang, 2021) juga memperoleh hasil bahwa variabel pesan iklan Tokopedia #DiRumahAjaDulu berpengaruh terhadap minat beli. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pesan iklan berpengaruh terhadap minat beli.

Dengan melalui penelitian ini nantinya, peneliti harap bisa memberikan kontribusi dalam ranah media sosial dan platform e-commerce. Penelitian ini juga

diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi para pemilik brand agar mereka mengetahui pengaruh dari pesan *affiliate marketing* di media sosial terutama TikTok dalam meningkatkan minat beli konsumen di e-commerce, terutama Shopee.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan pada latar belakang, dapat diketahui bahwa program Pesan Shopee *affiliate marketing* dapat memudahkan seseorang, terutama anak muda untuk memperoleh keuntungan hanya dengan membagikan link dari suatu produk tertentu.

Dengan adanya pesan yang akan disampaikan melalui konten *affiliate marketing* pada aplikasi TikTok belum diketahui secara luas apakah berpengaruh besar kepada minat beli konsumen. Pembahasan tersebut dapat dirumuskan menjadi sebuah permasalahan umum dalam pertanyaan dasar, yaitu: “Apakah dengan adanya pesan pada *Affiliate marketing* memberikan pengaruh yang besar terhadap minat beli? “

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti telah merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh pesan *affiliate marketing* terhadap minat beli?
2. Seberapa besar pengaruh pesan *affiliate marketing* terhadap minat beli?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pesan *affiliate marketing* di Tiktok berpengaruh terhadap minat beli produk Shopee.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh pesan *affiliate marketing* di TikTok terhadap minat beli.

1.5 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini, sebagai berikut :

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan informasi para pembaca, pengetahuan serta pemahaman dalam konsep yang digunakan dalam penelitian ini. Serta dapat bermanfaat sebagai referensi penelitian di dalam bidang ilmu komunikasi, serta dapat menjadi acuan pengembangan penelitian yang membahas pesan *Affiliate marketing* terhadap minat beli.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini juga diharapkan penulis dapat memberi suatu informasi, saran serta dapat memberi gambaran yang dapat berguna bagi para pelaku utama bisnis terutama bagi yang mempunyai *brand fashion* yang ada di Shopee, untuk menggunakan teknik pesan *affiliate marketing* yang mengandalkan suatu *influencer* atau konten kreator untuk meningkatkan penjualan produk di toko mereka, dengan adanya penelitian ini serta mengetahui pengaruh-pengaruh yang ada di dalam penelitian ini diharapkan kedepannya dapat membantu dalam membuat keputusan tersebut atau mengandalkan *influencer* atau konten kreator dalam keberhasilan peningkatan penjualan.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Dengan adanya penelitian yang membahas mengenai *affiliate marketing* ini, diharapkan membantu masyarakat yang mempunyai bisnis *online* untuk melakukan strategi penjualan produk yang mengandalkan *affiliate marketing* untuk meningkatkan produk penjualan mereka.