

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Setelah melakukan wawancara dan pembahasan sesuai dengan konsep berdasarkan konsep *Steps To Start Affiliate Marketing* menurut Yildiz (2016) dan *Stages of The Engagement Process* menurut Perkins (2015) dapat disimpulkan bahwa Berrybenka telah menjalankan strategi *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan *Customer Engagement* khususnya di TikTok. Berrybenka menjadi salah satu perusahaan yang telah beradaptasi dan menerapkan strategi *Affiliate Marketing* untuk meningkatkan penjualan dan *Customer Engagement*.

Berrybenka telah menerapkan strategi *Affiliate Marketing* sejak tahun 2016 dengan memanfaatkan website resminya. Namun, pada tahun 2021 di saat TikTok Shop diluncurkan di Indonesia, Berrybenka mencoba untuk menerapkan kembali strategi *Affiliate Marketing* yang difokuskan pada platform TikTok. Berrybenka menerapkan seluruh langkah dalam memulai *Affiliate Marketing* yang dimulai dengan penentuan platform yang digunakan yaitu TikTok.

Pada akhir tahun 2023, Berrybenka sempat menggunakan Shopee sebagai platform untuk menjalankan *Affiliate Marketing*, ketika TikTok Shop sempat ditutup sementara. Namun, penggunaan platform Shopee dianggap memiliki alur yang lebih sulit dan pemberian komisi yang lebih kecil dibandingkan TikTok. Pengalaman Berrybenka tersebut menjadi kebaruan dalam penelitian ini karena bertentangan dengan hasil riset yang dilakukan oleh Snapcart dengan judul “Potensi Program Afiliasi dalam Peta Persaingan E-Commerce” yang menetapkan Shopee di posisi pertama untuk setiap kategori.

Terdapat beberapa alasan kenapa pada akhirnya Berrybenka memilih TikTok di antara lain yaitu kemudahan dan kepraktisan dengan melakukan segala kegiatan transaksi dari tahap pemilihan hingga tahap pembayaran produk dalam satu aplikasi. Selain itu, adanya kebiasaan dari masyarakat yang telah memanfaatkan TikTok dalam kesehariannya untuk mencari hiburan, sehingga adanya peluang

yang lebih tinggi untuk terpapar konten promosi *Affiliate Marketing* yang masuk di beranda penonton.

Selanjutnya, Berrybenka merencanakan dan menciptakan sebuah *affiliate programs* yang perjanjiannya menguntungkan kedua belah pihak antara perusahaan dan *content creator*. *Content creator* yang diajak kerjasama juga berhasil bergabung setelah melalui tahap penyortiran yang dilakukan Berrybenka dengan memanfaatkan beberapa alat khusus yaitu *TikTok Creator Management*, *Seller Centre*, dan *Kalodata*. Selanjutnya, kegiatan utama dalam strategi *Affiliate Marketing* adalah pembuatan konten yang tujuannya mempromosikan produk dari Berrybenka. Konten promosi dapat dikemas dalam bentuk *short video* atau melakukan *livestream* di TikTok.

Berrybenka melakukan beberapa upaya untuk mengarahkan *traffic* ke suatu konten dan akun. Upaya pertama yang dilakukan adalah pembuatan konten dengan mengunggah konten secara konsisten setiap harinya dan memanfaatkan fitur iklan yang disediakan TikTok. Pemanfaatan iklan di TikTok bersifat berbayar yang biayanya dapat disesuaikan dengan hasil konversi yang diinginkan. Terdapat beberapa tujuan yang dapat dioptimalkan melalui iklan di antara lain seperti untuk meningkatkan penjualan, akun, dan mendapatkan petunjuk.

Berbagai upaya yang telah dilakukan guna meningkatkan *traffic* terhadap konten dan akun belum tentu menghasilkan penjualan. Penjualan bisa terjadi ketika audiens melakukan proses pembelian dan pembayaran melalui akun seseorang. Oleh karena itu, pentingnya penempatan keranjang kuning di setiap konten promosi yang telah dibuat, sehingga dapat mengarahkan audiens untuk ke halaman produk dan mempengaruhinya untuk melanjutkan proses pembayaran.

Dalam menjalankan *Affiliate Marketing* terdapat dua konversi dari klik yang perlu dilakukan agar dapat menghasilkan uang. Konversi pertama merupakan klik yang sifatnya dapat dikendalikan yaitu klik yang mengarahkan audiens ke halaman produk. Konversi kedua adalah klik yang tidak dapat dikendalikan yaitu klik yang mengarahkan audiens ke halaman pembelian dan pembayaran. Kedua konversi ini

menjadi tahap penentuan apakah tindakan klik yang dilakukan audiens membuahkan hasil berupa timbulnya penjualan.

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa adanya *affiliate programs* yang diciptakan oleh Berrybenka menjadi salah satu faktor keberhasilan strategi *Affiliate Marketing* yang dijalankan dalam meningkatkan *Customer Engagement* di TikTok. *Affiliate Programs* yang diciptakan Berrybenka untuk menghubungkan para *content creator* dengan perusahaan di platform TikTok.

Berrybenka mendapatkan keuntungan dari segi peningkatan penjualan, mendapatkan *traffic* yang lebih banyak, dan menemukan cara untuk memiliki perpanjangan strategi pemasaran yang dilakukan. Sedangkan, para *content creator* yang telah bergabung akan mendapatkan keuntungan dari segi dukungan dalam fasilitas pembuatan konten seperti mendapatkan sampel produk secara gratis, menggunakan fasilitas dan alat di studio, bonus tambahan berupa komisi ketika berhasil mendapatkan penjualan melalui tautan afiliasinya

Dengan adanya strategi *Affiliate Marketing* yang dilakukan Berrybenka dapat dikatakan meningkatkan *Customer Engagement*. Hal ini karena diciptakannya *affiliate programs* yang dijadikan wadah bagi *content creator* untuk memberikan kontribusi lebih terhadap Berrybenka. Pelanggan yang awalnya memberikan kontribusi dalam meningkatkan penjualan melalui produk yang dibelinya. Namun, saat ini pelanggan memberikan kontribusi sebagai perpanjangan strategi pemasaran yang dilakukan, sehingga membantu meningkatkan penjualan untuk Berrybenka.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Peneliti menyarankan bagi mahasiswa yang akan meneliti topik serupa berikutnya dapat melakukan penelitian dengan jenis penelitian kuantitatif. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini, peneliti telah meneliti terkait

strategi *Affiliate Marketing* yang dilakukan Berrybenka dari tahap awal perencanaan hingga tahap pelaksanaan, maka akan lebih baik kedepannya ada penelitian yang mengukur besarnya pengaruh dari keberhasilan strategi *Affiliate Marketing* terhadap *Customer Engagement* Berrybenka..

### **5.2.2 Saran Praktis**

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran praktis yang dapat diberikan kepada Berrybenka yaitu dengan diadakannya pelatihan khusus yang diberikan kepada para *content creator* baru yang ingin mempelajari terkait *Affiliate Marketing*. Sehingga setelah selesai mengikuti pelatihan tersebut, *content creator* dapat langsung menjadi afiliator untuk berbagai produk Berrybenka.

