

BAB III

PROGRAM TIKTOK AFILIASI

3.1 Sejarah Asal Tiktok

Aplikasi Tiktok pertama kali dikembangkan oleh Zhang Yimin, seorang pengusaha internet berkebangsaan China yang lahir pada 1 April 1983. Zhang Yimin merupakan lulusan Universitas Nankai pada jurusan *Software Engineering*. Kiprahnya dalam mengembangkan Tiktok dimulai dari mendirikan perusahaan teknologi yang bernama ByteDance pada Maret 2012. Pengembangan Tiktok sendiri dimulai pada September 2016. Saat itu, Tiktok masih bernama Douyin dan saat itu aplikasi ini masih digunakan di China saja. Ketika pertama kali dirilis, Zhang Yimin meminta karyawannya membuat video di aplikasi *Douyin*. Video-video yang telah diunggah pun dipromosikan untuk mengundang reaksi berupa like dari pengguna lainnya. (Andi 2019,159)

Setahun berselang, *ByteDance* pun mengakuisisi aplikasi Musical.ly yang saat itu juga sedang naik daun pada akhir tahun 2017. Dilansir *Dexerto*, Tiktok dan Musical.ly secara resmi digabung, tepatnya pada 2 Agustus 2018. Peleburan ini pun menciptakan sebuah aplikasi dengan komunitas yang lebih besar dari sebelumnya. Setelah sukses mengakuisisi Musical.ly, Tiktok mengalami perkembangan yang cukup pesat. Kalau tu, Douyin berhasil menggaet 100 juta pengguna dan 1 miliar tayangan setiap harinya. Dari situ, popularitas Douyin semakin meluas hingga ke pasar luar negeri. Setelah sukses mengakuisisi Musical.ly, Tiktok mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dalam waktu singkat, Douyin, versi Tiktok yang diluncurkan di Tiongkok, berhasil menggaet 100 juta pengguna dan mencatatkan 1 miliar tayangan setiap harinya. Angka-angka ini mencerminkan daya tarik luar biasa dari platform tersebut, yang tidak hanya menawarkan konten hiburan, tetapi juga memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui video pendek. Keberhasilan Douyin dalam

menarik perhatian pengguna tidak hanya terbatas di Tiongkok, tetapi juga mulai meluas ke pasar internasional, di mana Tiktok mulai mendapatkan pengakuan sebagai salah satu aplikasi media sosial terpopuler di dunia. Popularitas Tiktok yang terus meningkat menunjukkan bahwa platform tersebut berhasil menciptakan ekosistem yang mendukung interaksi sosial dan kolaborasi antar pengguna. Dengan berbagai fitur inovatif seperti efek khusus, tantangan, dan kolaborasi video, Tiktok mampu menciptakan pengalaman yang menarik dan interaktif bagi penggunanya. Hal ini tidak hanya membuat pengguna beta berlama-lama di aplikasi, tetapi juga mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam membuat konten, akuisisi Musical.ly oleh ByteDance dan penggabungan kedua platform ini menjadi titik balik yang signifikan dalam perjalanan Tiktok. Keberhasilan ini tidak hanya memperkuat posisi Tiktok di pasar media sosial, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan inovasi di masa depan. Tiktok kini tidak hanya menjadi aplikasi hiburan, tetapi juga platform yang mengubah cara orang berinteraksi, berbagi, dan berkreasi di dunia digital. Akuisisi Musical.ly oleh ByteDance dan penggabungan kedua platform ini menjadi titik balik yang signifikan dalam perjalanan Tiktok. Langkah strategis ini tidak hanya memperluas basis pengguna Tiktok, tetapi juga mengintegrasikan elemen-elemen yang telah terbukti populer di Musical.ly, seperti lip-syncing dan tantangan kreatif, ke dalam platform Tiktok. Keberhasilan ini tidak hanya memperkuat posisi Tiktok di pasar media sosial, tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan inovasi di masa depan. Dengan terus beradaptasi terhadap tren yang berkembang dan mendengarkan umpan balik dari komunitas pengguna, Tiktok kini tidak hanya menjadi aplikasi hiburan, tetapi juga platform yang mengubah cara orang berinteraksi, berbagi, dan berkreasi di dunia digital. Tiktok telah menjadi wadah bagi berbagai bentuk ekspresi kreatif, mulai dari seni, musik, hingga pendidikan, yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri mereka dengan cara yang unik dan menarik. Tiktok juga telah menarik

perhatian merek dan pengiklan, yang melihat potensi besar dalam menjangkau audiens yang lebih muda dan lebih terlibat. Dengan fitur-fitur seperti *Tiktok ads* dan *Tiktok for Business*, platform ini memberikan kesempatan bagi bisnis untuk berkolaborasi dengan kreator konten dan memanfaatkan kekuatan viralitas untuk mempromosikan produk mereka. Dengan semua inovasi dan kolaborasi yang terus berkembang, Tiktok berpotensi untuk terus memimpin dalam industri media sosial dan menjadi pendorong utama dalam evolusi cara kita berinteraksi di dunia digital.

Berdasarkan hasil riset lembaga *Sensor Tower*, Tiktok menempati urutan pertama dalam daftar aplikasi non-game yang paling banyak diunduh di dunia pada kuartal ke-3 tahun 2021. Saat itu, Tiktok menggeser kedudukan aplikasi besar lain seperti Facebook, WhatsApp, dan Instagram. Rupanya, prestasi Tiktok kala itu juga berbanding lurus dengan keuntungan yang diraihinya. Tiktok berhasil menjadi perusahaan dengan pendapatan tertinggi di dunia. Laporan *Sensor Tower* menunjukkan, pendapatan *bruto* Tiktok per Februari 2021 mencapai 110 juta dolar Amerika. Pendapatan tersebut meningkat 1,9 kali lipat dibanding sebulan sebelumnya. TikTok berhasil menjadi perusahaan dengan pendapatan tertinggi di dunia, menunjukkan bahwa popularitasnya di kalangan pengguna dapat diterjemahkan menjadi kinerja finansial yang luar biasa. Laporan *Sensor Tower* mengungkapkan bahwa pendapatan bruto TikTok per Februari 2021 mencapai 110 juta dolar Amerika, angka yang sangat signifikan dalam industri aplikasi. Yang lebih menarik, pendapatan tersebut meningkat 1,9 kali lipat dibandingkan sebulan sebelumnya, menandakan pertumbuhan yang pesat dan permintaan yang terus meningkat terhadap platform ini. Pertumbuhan yang cepat ini mencerminkan bagaimana TikTok telah berhasil menciptakan ekosistem yang menarik bagi pengguna dan pengiklan. Dengan fitur-fitur inovatif dan konten yang beragam, TikTok tidak hanya menjadi tempat bagi pengguna untuk berbagi video, tetapi juga menjadi platform yang menarik bagi merek untuk mempromosikan produk mereka. Hal ini

menunjukkan bahwa Tiktok tidak hanya berfungsi sebagai aplikasi hiburan, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif, yang semakin memperkuat posisinya di pasar global. Dengan demikian, keberhasilan TikTok dalam menarik pengguna dan menghasilkan pendapatan yang tinggi menjadi contoh nyata dari bagaimana inovasi dan pemahaman terhadap kebutuhan pasar dapat menghasilkan hasil yang luar biasa dalam dunia digital saat ini. (Noersabila 2023,4)

Peningkatan pendapatan ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan TikTok dalam menarik pengguna baru, tetapi juga menunjukkan efektivitas strategi monetisasi yang diterapkan oleh platform tersebut. Dengan berbagai fitur inovatif dan konten yang menarik, Tiktok berhasil menciptakan ekosistem yang menguntungkan bagi para pembuat konten dan pengiklan. Hal ini menjadikan Tiktok sebagai salah satu platform yang paling menjanjikan dalam industri media sosial, di mana pengguna tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen konten yang dapat menghasilkan pendapatan. Keberhasilan Tiktok dalam meraih posisi teratas dalam unduhan aplikasi dan pendapatan menunjukkan bahwa platform ini telah berhasil mengubah lanskap media sosial secara signifikan. Tiktok tidak hanya menjadi tempat berbagi video pendek, tetapi juga telah menjadi fenomena *global* yang mempengaruhi cara orang berkomunikasi, berinteraksi, dan bahkan berbisnis. Fenomena ini tidak hanya terbatas pada pengguna individu; banyak merek dan perusahaan yang mulai memanfaatkan Tiktok sebagai platform pemasaran yang efektif. Mereka menciptakan kampanye kreatif dan tantangan yang mengundang partisipasi pengguna, sehingga memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran merek. Tiktok diharapkan akan terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren yang berkembang, sehingga dapat mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemimpin dalam industri aplikasi media sosial. Dengan terus menghadirkan fitur-fitur baru, seperti alat pengeditan video yang lebih canggih, kolaborasi dengan kreator, dan integrasi *e-commerce*, Tiktok

berpotensi untuk memperkuat keterlibatan pengguna dan menarik lebih banyak pengiklan. Selain itu, dengan memperhatikan umpan balik dari komunitas pengguna dan tren global, Tiktok dapat memastikan bahwa platformnya tetap relevan dan menarik di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan semua ini, Tiktok tidak hanya akan terus menjadi platform yang populer, tetapi juga akan memainkan peran penting dalam membentuk masa depan media sosial dan interaksi digital. Tiktok telah menjadi alat yang sangat berharga dalam strategi pemasaran digital, memungkinkan bisnis untuk terhubung dengan audiens yang lebih muda dan lebih beragam. Tiktok diharapkan akan terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren yang berkembang, sehingga dapat mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemimpin dalam industri aplikasi media sosial. (Noersabila 2023,6)

3.2 Sejarah Tiktok Di Indonesia

TikTok mulai dikenal di Indonesia pada tahun 2018, ketika *ByteDance Inc* menyadari bahwa generasi muda di Indonesia mempunyai rasa kreatifitas dan narsis yang sangat tinggi yang mirip dengan munculnya profesi baru seperti *YouTuber, Instagrammer, Vlogger, dan Blogger*. Menteri Komunikasi dan Informatika, Rudiantara, saat itu sempat menolak keberadaan Tiktok, namun kemudian menjadi sangat populer di Indonesia dengan banyaknya video kreatif dan edukatif yang dibagikan di *platform* tersebut. Tiktok menjadi kontroversial di Indonesia karena pengguna utamanya adalah anak-anak berusia 7-15 tahun pada saat itu. Meskipun demikian, Tiktok menjadi sangat populer di Indonesia dan menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna Tiktok kedua terbanyak di dunia sesudah Amerika Serikat. *We Are Social and Hootsuite* dalam laporannya menyebutkan per Januari 2023 pengguna aplikasi Tiktok telah mencapai 1,5 Miliar di seluruh dunia. (Amillia 201, 660)

Tiktok mulai menembus pasar di Indonesia pada 2018-2019. Tiktok mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia karena fitur-fitur menarik

seperti video pendek, berbagai filter, dan efek khusus. Pengguna dapat membuat konten kreatif yang dapat dibagikan dengan mudah. Popularitas Tiktok melonjak dengan cepat, terutama di kalangan generasi muda. Tiktok menjadi *platform* utama untuk tren viral, tantangan, dan konten hiburan di Indonesia. Tiktok melakukan berbagai strategi pemasaran, termasuk bekerja sama dengan *influencer* lokal dan mengadakan kampanye iklan yang menargetkan pengguna Indonesia. Popularitas TikTok melonjak dengan cepat, terutama di kalangan generasi muda, yang selalu mencari cara baru untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman. TikTok telah berhasil menciptakan ruang di mana pengguna dapat menemukan dan mengikuti tren viral, tantangan, serta konten hiburan yang segar dan menarik. Dengan algoritma yang cerdas, Tiktok mampu menyajikan konten yang relevan dan sesuai dengan minat pengguna, sehingga meningkatkan keterlibatan dan waktu yang dihabiskan di platform. Dalam memperkuat posisinya dipasar Indonesia Tiktok menerapkan berbagai strategi pemasaran yang efektif. Salah satu strategi utama adalah bekerja sama dengan *influencer* lokal yang memiliki pengaruh besar di kalangan pengguna. Kolaborasi ini tidak hanya membantu Tiktok menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga memberikan kepercayaan kepada pengguna baru untuk mencoba platform ini. Selain itu,

Tiktok juga mengadakan kampanye iklan yang menargetkan pengguna Indonesia, dengan menampilkan konten yang relevan dan menarik bagi budaya lokal. Dengan pendekatan yang inovatif dan adaptif terhadap kebutuhan pasar, Tiktok berhasil menciptakan komunitas yang aktif dan dinamis di Indonesia. Platform ini tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi video, tetapi juga menjadi bagian integral dari budaya digital yang berkembang di kalangan generasi muda. Tiktok kini telah menjadi platform utama untuk berbagai trend viral, tantangan, dan konten hiburan, menjadikannya salah satu aplikasi yang paling dicari dan digunakan di Indonesia. Platform ini tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi video,

tetapi juga telah bertransformasi menjadi bagian integral dari budaya digital yang berkembang di kalangan generasi muda. Tiktok memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri mereka melalui berbagai format konten, mulai dari tarian, komedi, hingga tutorial yang informatif. Dengan fitur-fitur yang mendukung kreativitas, seperti efek visual dan musik yang beragam. Tiktok mendorong pengguna untuk berinovasi dan menciptakan konten yang unik. Platform ini tidak hanya menjadi tempat untuk berbagi video, tetapi juga telah bertransformasi menjadi bagian integral dari budaya digital yang berkembang di kalangan generasi muda. Tiktok memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri mereka melalui berbagai format konten, mulai dari tarian, komedi, hingga tutorial yang informatif. Fitur yang mendukung kreativitas, seperti efek visual dan musik yang beragam, Tiktok mendorong pengguna untuk berinovasi dan menciptakan konten yang unik. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa Tiktok tidak hanya mampu bersaing di pasar global, tetapi juga memahami dan menghargai keunikan serta kebutuhan pengguna di setiap negara, termasuk Indonesia. Pada Juli 2019, pemerintah Indonesia sempat melarang Tiktok untuk sementara. Alasannya, Tiktok disebut mendistribusikan konten yang dianggap berbahaya bagi pengguna, terutama anak-anak dan remaja. Larangan ini memicu perdebatan mengenai regulasi media sosial dan kebijakan konten di Indonesia. Tiktok menanggapi masalah ini dengan meningkatkan upaya moderasi konten dan mematuhi peraturan lokal. Tiktok kemudian dipulihkan dan beradaptasi dengan regulasi yang ditetapkan pemerintah. Setelah itu, Tiktok terus berkembang pesat selama pandemi COVID-19. Indonesia menjadi salah satu pasar terbesar Tiktok dengan jutaan pengguna aktif. Pada 2020-2022, Tiktok mulai melakukan domestikasi di Indonesia. Tiktok meluncurkan berbagai *fitur* baru seperti Tiktok *Shop* untuk berbelanja langsung melalui aplikasi. Di samping itu, Tiktok juga mulai menjalin kemitraan dengan berbagai brand dan lembaga di Indonesia untuk kampanye

pemasaran dan promosi, serta berkolaborasi dengan kreator lokal. (Amillia 201, 661)

3.3 Pengertian Program Tiktok *Affiliate*

Peningkatan pengguna internet berpengaruh pada perdagangan *online*. Bisnis *online* adalah salah satu metode untuk mendapatkan keuntungan dari internet. Salah satu model bisnis *online* yang populer adalah *affiliate marketing*. *Affiliate marketing* melibatkan promosi atau rekomendasi produk dari pihak lain, baik itu perusahaan atau individu. Jika seseorang berhasil menjualkan produk melalui *tautan* yang diberikan kepada orang lain, maka mereka akan mendapatkan komisi penjualan. *Tiktok affiliate* merupakan program yang dikeluarkan oleh Tiktok untuk menghubungkan antara konten kreator dan penjual (*seller*) dengan tujuan untuk saling menguntungkan. Bagi penjual, program ini dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan penjualan produk dan berkolaborasi dengan kreator. Sementara bagi kreator, program ini bisa dijadikan tambahan pemasukan atau *passive income*, bahkan bisa menjadi sumber utama pemasukan jika ditekuni dengan serius. Meningkatnya pengguna internet berpengaruh signifikan pada perdagangan online, menciptakan peluang baru bagi pelaku bisnis untuk meraih keuntungan. Bisnis online kini menjadi salah satu metode yang paling diminati untuk menghasilkan pendapatan, terutama di era digital yang semakin berkembang. Salah satu model bisnis online yang populer dan efektif adalah *Affiliate Marketing*.

Dalam pemasaran *afiliasi*, individu atau perusahaan mempromosikan produk dari pihak lain, baik itu perusahaan besar maupun individu, dengan tujuan untuk menarik minat konsumen. Ketika seseorang berhasil menjual produk melalui tautan afiliasi yang diberikan, mereka akan mendapatkan komisi dari penjualan tersebut, sehingga menciptakan insentif bagi para pemasar untuk meningkatkan upaya promosi mereka. Salah satu inovasi terbaru dalam dunia pemasaran afiliasi adalah *Tiktok Affiliate*, sebuah

program yang diluncurkan oleh platform media sosial TikTok. Program ini dirancang untuk menghubungkan pembuat konten dengan penjual (seller) dalam ekosistem yang saling menguntungkan. Bagi penjual, Tiktok *afiliasi* menawarkan strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk mereka, karena mereka dapat memanfaatkan pengaruh dan jangkauan luas dari kreator konten yang memiliki audiens yang setia. Kolaborasi ini tidak hanya membantu penjual dalam memasarkan produk, tetapi juga memberikan kesempatan bagi kreator untuk menghasilkan konten yang menarik dan relevan bagi pengikut mereka. Bagi pembuat konten Tiktok *Afiliasi* dapat menjadi sumber tambahan pemasukan atau passive income yang menjanjikan. Dengan dedikasi dan strategi yang tepat, para kreator dapat mengembangkan saluran mereka dan menjadikan pemasaran afiliasi sebagai sumber pendapatan utama. Hal ini membuka peluang bagi banyak individu untuk mengeksplorasi potensi mereka di dunia digital, sekaligus memberikan dampak positif pada perekonomian secara keseluruhan. Dengan demikian, Afiliasi TikTok tidak hanya menguntungkan bagi penjual dan kreator, tetapi juga menciptakan ekosistem yang dinamis dalam perdagangan online, di mana inovasi dan kolaborasi menjadi kunci untuk meraih kesuksesan. (Ramadhayanti 2021, 1)

Dalam mengikuti program ini, kreator akan mencantumkan link produk pada konten video yang dibuat atau melakukan promosi melalui *live streaming*. Jika ada pengguna lain yang mengklik tautan tersebut dan melakukan transaksi hingga selesai, kreator tersebut akan menerima komisi dari program *affiliate* dengan *persentase* yang sudah ditentukan. Adapun konten video yang terdapat program *affiliate* akan ditandai dengan adanya *ikon* keranjang berwarna kuning pada video Tiktok, yang memungkinkan pengguna lain untuk langsung membeli produk yang direkomendasikan oleh *afiliasi*. (Susanto, 2022, 1)

3.4 Sistem Kerja Tiktok Affiliate

Produk yang ditawarkan bisa berstatus milik sendiri maupun produk orang lain dan tentu harus menjalin kerja sama dengan produsen atau para *brand*. Sehingga setiap orang yang membeli produk orang lain melalui *tautan* atau *link* yang diberikan akan mendapatkan komisi dari penjualan. Dalam cara kerjanya, berikut beberapa pihak yang terlibat dalam *Tiktok Affiliate*. *Merchant*, merupakan pihak yang memiliki kewajiban sebagai penyedia produk atau barang untuk dijual. *Affiliate Network*, dalam hal ini merupakan pihak penghubung antara *merchant* dan *affiliate marketer*, biasanya *merchant* bekerja sama dengan pihak yang mengumpulkan katalog produk untuk selanjutnya diberikan kepada kreator. (Rizqi 2022, 53)

Affiliate marketer, disebut juga sebagai kreator dan dalam hal ini bertugas sebagai pihak yang mempromosikan produk *merchant* yang tentunya menggunakan sebuah video. *Consumer* atau disebut juga sebagai pengguna, dalam hal ini merupakan pembeli barang atau produk lewat kode atau *tautan* yang disediakan oleh *affiliate marketer*. *Affiliate network* atau *merchant* nantinya akan memberi kode untuk kepada setiap *affiliate marketer*. Kemudian dengan begitu mereka baru dapat melakukan promosi kode yang diberikan lewat video yang diunggah pada Tiktok. Umumnya *link* atau *tautan* akan langsung tercantum ke dalam video yang *diunggah*. (Knowledge 2024, 1). Dalam era digital saat ini, peluang untuk menghasilkan pendapatan melalui platform media sosial semakin terbuka lebar. Salah satu metode yang semakin populer adalah melalui program *afiliasi*, khususnya di platform seperti Tiktok. Produk yang ditawarkan dalam program ini dapat berupa barang milik sendiri atau produk dari pihak lain, yang tentunya memerlukan Kerjasama yang erat dengan produsen atau merek tertentu. Dalam menjalin kemitraan ini, setiap individu yang membeli produk melalui *tautan* atau *link* yang disediakan oleh *afiliasi* akan mendapatkan komisi dari setiap penjualan yang berhasil dilakukan. Dalam ekosistem Tiktok *afiliasi* terdapat beberapa pihak yang berperan penting,

pertama ada merchant yaitu pihak yang bertanggung jawab sebagai penyedia produk atau barang yang akan dijual. Merchant ini bisa berupa Perusahaan besar, merek lokal atau bahkan individu yang memiliki produk unik untuk dipasarkan. Mereka memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa produk yang ditawarkan berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen. Kedua ada affiliate network yang berfungsi sebagai penghubung antara merchant dan affiliate marketer. Merchant akan bekerja sama dengan affiliate network yang mengumpulkan katalog produk dari berbagai merchant untuk kemudian disebar luaskan kepada para creator konten. Affiliate network ini juga berperan dalam menyediakan dukungan teknis dan pelaporan yang diperlukan untuk memantau kinerja kampanye afiliasi.

Affiliate marketer yang juga di kenal sebagai kreator, adalah pihak yang bertugas untuk mempromosikan produk dari merchant. Dalam konteks TikTok, mereka menggunakan video kreatif untuk menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Kreator ini memiliki kemampuan untuk memanfaatkan tren dan gaya komunikasi yang sesuai dengan platform, sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

Consumer merupakan individu yang melakukan pembelian barang atau produk melalui kode atau tautan yang disediakan oleh affiliate marketer. Peran konsumen sangat penting, karena tanpa mereka, tidak akan ada transaksi yang terjadi dan, pada gilirannya, tidak ada komisi yang dapat diperoleh oleh affiliate marketer. Setelah menjalin kerjasama, affiliate network atau merchant akan memberikan kode unik kepada setiap affiliate marketer. Kode ini menjadi alat promosi yang penting, karena memungkinkan kreator untuk melacak penjualan yang berasal dari promosi mereka. Dengan cara ini, affiliate marketer dapat mempromosikan kode tersebut melalui video yang diunggah di TikTok. Umumnya, tautan atau kode tersebut akan langsung tercantum dalam deskripsi video, memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian dengan cepat. Memanfaatkan kekuatan media sosial dan kreativitas dalam pembuatan konten, program

afiliasi di Tiktok tidak hanya memberikan peluang bagi para creator untuk mendapatkan penghasilan tambahan, tetapi juga membantu merchant dalam memperluas jangkauan pasar mereka.

3.5 Sistem Pendaftaran Tiktok *Afiliasi*

Sistem dalam pendaftar program Tiktok *afiliasi*, pengguna perlu mengunjungi situs resmi Tiktok dan mencari bagian *afiliasi* atau kemitraan. Setelah itu, mereka harus mengisi formulir pendaftaran dengan informasi yang diperlukan, seperti nama, alamat email, dan detail akun Tiktok. Setelah pendaftaran, pengguna akan menerima konfirmasi dan instruksi lebih lanjut mengenai cara mempromosikan produk serta mendapatkan komisi dari penjualan yang dihasilkan melalui tautan afiliasi mereka. Pengguna juga perlu memahami syarat dan ketentuan yang berlaku dalam program afiliasi tersebut, termasuk persentase komisi yang ditawarkan dan cara pembayaran. Setelah mendaftar, mereka dapat mulai membagikan tautan *afiliasi* di konten Tiktok mereka, baik melalui video, deskripsi, atau *live streaming*. Penting untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan agar dapat menarik perhatian audiens dan meningkatkan kemungkinan penjualan. Selain itu, pengguna disarankan untuk memadukan kinerja tautan afiliasi mereka melalui dashboard yang disediakan oleh Tiktok untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Pendaftaran program Tiktok *afiliasi*, pengguna harus memenuhi beberapa syarat, seperti memenuhi syarat di atas 18 tahun, memiliki akun Tiktok aktif, Memiliki rekening bank, melengkapi data diri, mencantumkan alamat pengiriman dan lain sebagainya. Proses pendaftaran dimulai dengan mengunduh aplikasi Tiktok *for Seller*, lalu membuat akun atau masuk ke akun yang sudah ada. Setelah itu, pengguna perlu mengotorisasi akun mereka dan mengikuti langkah-langkah yang ditentukan untuk menyelesaikan pendaftaran. Setelah mendaftar, mereka dapat mulai mempromosikan produk melalui konten Tiktok dan mendapatkan komisi dari penjualan yang dilakukan melalui tautan *afiliasi*

mereka. Setelah mendaftar, pengguna akan menerima kode unik dari jaringan afiliasi atau penjual yang harus digunakan dalam konten mereka. Kode ini biasanya berupa tautan produk yang harus ditautkan dalam video atau siaran langsung. Jika ada pengguna lain yang membeli produk melalui tautan tersebut, *afiliasi* akan menerima notifikasi dan dapat melihat berapa komisi yang akan diterima. Penting untuk diingat bahwa untuk bergabung dalam program afiliasi ini, pengguna tidak perlu memiliki jumlah pengikut yang besar, tetapi memiliki konten yang menarik dan konsisten yang sangat membantu dalam menarik perhatian audiens. Selain itu, pengguna juga harus memiliki rekening bank yang valid untuk pencairan komisi yang diperoleh dari penjualan produk. Setelah semua memenuhi syarat dan menyelesaikan pendaftaran, pengguna dapat mulai mempromosikan produk dan mempertahankan pendapatan mereka melalui fitur yang disediakan.

Affiliate Network merupakan pihak penghubung antara *merchant* dan *affiliate marketer*, biasanya *merchant* bekerja sama dengan pihak yang mengumpulkan katalog *produk* untuk selanjutnya diberikan kepada *kreator*. *Affiliate marketer*, disebut juga sebagai *kreator* dan dalam hal ini bertugas sebagai pihak yang mempromosikan produk *merchant* yang tentunya menggunakan sebuah video. *Consumer* atau disebut juga sebagai pengguna, dalam hal ini merupakan pembeli barang atau *produk* lewat *kode* atau *tautan* yang disediakan oleh *affiliate marketer*. (Knowledge 2024, 1)

Affiliate network atau *merchant* nantinya akan memberi kode untuk kepada setiap *affiliate marketer*. Kemudian dengan begitu mereka baru dapat melakukan *promosi kode* yang diberikan lewat video yang diunggah pada Tiktok. Umumnya *link* atau *tautan* akan langsung tercantum ke dalam video yang diunggah. (Knowledge 2024, 1)

3.6 Syarat Daftar Tiktok Afiliasi

Adapun yang menjadi syarat mendaftar Tiktok *Afiliasi* (Prasetyo 2020, 2) adalah sebagai berikut:

1. Buat Akun TikTok Shop

Syarat wajib agar bisa menjalankan program TikTok *affiliate* adalah dengan membuat akun TikTok *Shop* terlebih dulu. TikTok *Shop* merupakan *platform* penjualan yang disediakan secara resmi oleh TikTok, sudah dilengkapi dengan *fitur* pembelian hingga promosi pada produk yang dijual. *Fitur* yang diklaim cukup lengkap dan cocok bagi pebisnis. Akun TikTok *Shop* dalam *program* TikTok *Shop* sangat dibutuhkan sebagai media berjalan, karena meskipun bukan produk sendiri yang dijual. Setelah mendaftar akun TikTok *Shop* langkah yang selanjutnya harus dilakukan adalah menjalankan program TikTok *affiliate marketing*.

2. Memiliki Rekening yang *Valid*

Syarat kedua yang harus dipenuhi untuk bisa mendaftar TikTok *affiliate marketing* adalah memiliki nomor rekening yang sudah terdaftar Sehingga komisi atau hasil penjualan yang didapatkan bisa dikirim atau ditransfer melalui nomor rekening tersebut.

3. Syarat Tambahan

Para pemilik perusahaan yang membuka kesempatan menjadi anggota dalam *program affiliate* ada yang mempertimbangkan jumlah pengikut atau *follower*. Namun hal ini tidak menjadi suatu kewajiban yang ditetapkan oleh TikTok dan cara daftar TikTok *Affiliate* tanpa minimal *followers* meskipun beberapa yang mempertimbangkan memiliki proyeksi potensi dasar yang akan didapatkan.

Terdapat 3 jenis program *afiliasi* yang bisa digunakan, di antaranya adalah program toko dengan menerapkan satu komisi yang sama terhadap semua produk. Yang kedua adalah program dengan menetapkan komisi yang berbeda-beda dan terbuka untuk semua kreator, serta yang ketiga adalah program bertarget dengan mengundang kreator terpilih saja, (Mardani, 2021, 187) berikut langkah-langkahnya:

1. Masuk ke laman *seller-id.tiktok.com*.
2. Masuk ke akun TikTok *Shop* yang sebelumnya sudah dibuat.

3. Setelah masuk, pergi ke laman Tiktok *Shop Affiliate*.
4. Klik menu Program, masuk ke Program Toko, pilih tombol Buat.
5. Pilih jenis komisi dan tentukan *persentase* komisi yang akan diberikan.
6. Setelah itu pilih Kirim.
7. Kemudian Tiktok *Affiliate Log In* akan aktif dan bisa segera dijalankan.

Kreator akan memulai program *affiliate* dengan menemukan produk yang paling cocok dengan pengikut. Untuk kemudian bisa menghubungkan penjual guna mendapatkan sampel produk dan mulai membuat konten. (Sari 2022 ,67). Berikut beberapa langkah untuk memulai Tiktok *Affiliate* sebagai seorang kreatornya:

1. Masuk ke akun Tiktok.
2. Masuk ke pengaturan dan *privasi*, pastikan menu Tiktok *Shop* pada kolom monetisasi.
3. Klik Tiktok *Shop*.
4. Tambah produk yang ingin dimasukkan ke dalam toko, tekan menu Tambahkan Produk *Afiliasi*.
5. Pilih produk yang akan dijual, tautkan dengan *link e-commerce*.
6. Muncul beberapa komisi yang akan didapatkan di layar, tepat saat memilih produk.

UIN IMAM BONJOL
PADANG