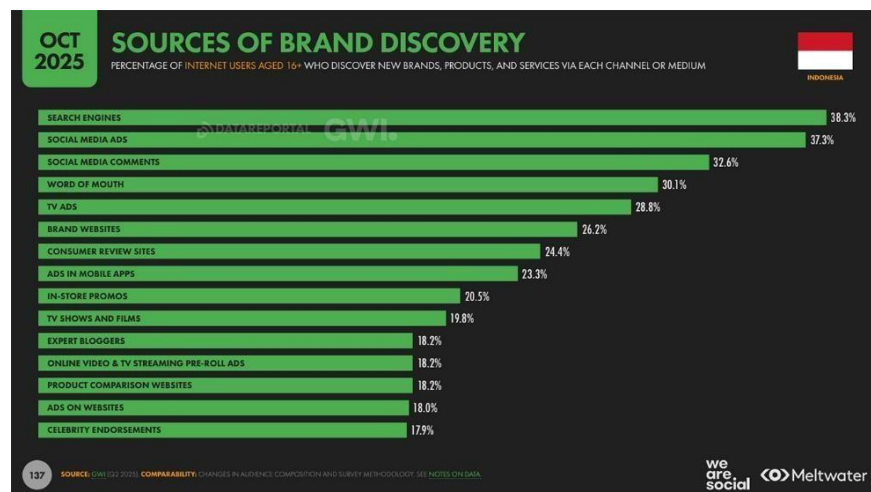


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan media sosial yang semakin pesat turut memberikan dampak yang signifikan terhadap aktivitas *digital marketing*. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media pemasaran yang mampu menjangkau konsumen secara luas dan cepat. Platform seperti TikTok, Instagram, Facebook, YouTube, dan Threads banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha maupun affliator untuk mempromosikan produk kepada calon konsumen. Menurut (Kotler, n.d.), perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku konsumen dalam mencari informasi dan mengambil keputusan pembelian, sehingga perusahaan maupun individu perlu memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran yang efektif.



Gambar 1. 1 Perkembangan Media Sosial di Indonesia
(Sumber : Global Web Index)

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Seiring berkembangnya e-commerce di Indonesia, berbagai platform *marketplace* menghadirkan program pemasaran berbasis afiliasi untuk mendukung kegiatan promosi produk. Salah satu program yang banyak dimanfaatkan adalah *Shopee Affiliate*. Menurut (Muchamad Loby

Lukman & Sri Andayani, 2023), *Shopee Affiliate* berperan sebagai media komunikasi pemasaran digital yang mampu membantu proses promosi produk melalui media sosial dengan jangkauan yang lebih luas dan biaya yang relatif rendah. Melalui program ini, affiliator dapat berpartisipasi dalam aktivitas pemasaran tanpa harus memiliki produk maupun mengelola stok barang secara langsung.

Keberhasilan seorang affiliator dalam menjalankan Program *Shopee Affiliate* sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan kebutuhan audiens. Konten yang informatif, kreatif, dan persuasif dapat meningkatkan perhatian konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Annisa, 2024) menunjukkan bahwa *affiliate marketing* pada Program *Shopee Affiliate* mampu meningkatkan brand *awareness* melalui konten digital yang menghasilkan tingkat *engagement* yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas konten menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan promosi dalam program afiliasi.

Selain kualitas konten, strategi *content marketing* juga memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas promosi. *Content marketing* merupakan pendekatan pemasaran yang berfokus pada pembuatan dan distribusi konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik serta mempertahankan audiens yang dituju (Jacob & Johnson, 2021). Dalam konteks *Shopee Affiliate*, *content marketing* dapat diwujudkan melalui pembuatan video ulasan produk, tutorial penggunaan produk, rekomendasi produk, maupun konten edukatif yang mampu memberikan informasi kepada calon konsumen. Hasil penelitian (Rofifah et al., 2025) menunjukkan bahwa *content marketing* dan *influencer marketing* merupakan faktor yang berpengaruh dalam meningkatkan efektivitas promosi melalui Program *Shopee Affiliate*.

Program *Shopee Affiliate* juga memberikan peluang bagi masyarakat untuk memperoleh pendapatan tambahan melalui aktivitas

promosi digital. Semakin tinggi jumlah klik, kunjungan, dan transaksi yang dihasilkan melalui tautan afiliasi, maka semakin besar pula komisi yang diperoleh oleh afiliator. Menurut Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *digital marketing* memungkinkan individu maupun organisasi untuk menciptakan nilai ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital yang mampu menghubungkan produk dengan konsumen secara lebih efektif. Oleh karena itu, aktivitas promosi yang dilakukan melalui Program Shopee *Affiliate* dapat menjadi salah satu sumber pendapatan yang potensial bagi afiliator.

Dalam pelaksanaannya, seorang afiliator dituntut untuk memahami karakteristik audiens serta tren yang berkembang di media sosial. Kemampuan dalam memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan menyajikannya dalam bentuk konten yang menarik akan meningkatkan peluang terjadinya konversi penjualan. Selain itu, konsistensi dalam mengunggah konten promosi juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keberhasilan program afiliasi. Menurut Ryan, D. (2017). keberhasilan *digital marketing* sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku pemasaran dalam memahami perilaku konsumen digital dan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi secara efektif.



Gambar 1. 2 Perbandingan Program GMV Afiliasi Shopee
 (Sumber: Momentum Works)

Meskipun menawarkan berbagai peluang, Program Shopee *Affiliate* juga menghadapi sejumlah tantangan. Persaingan yang semakin ketat antar affiliator, perubahan algoritma media sosial, serta perubahan preferensi konsumen menjadi kendala yang perlu dihadapi. Affiliator dituntut untuk terus berinovasi dan mengikuti perkembangan tren digital agar konten yang dibuat tetap relevan dan mampu menarik perhatian audiens. Dengan demikian, keberhasilan dalam Program Shopee *Affiliate* tidak hanya ditentukan oleh banyaknya produk yang dipromosikan, tetapi juga oleh kemampuan affiliator dalam menerapkan strategi *digital marketing* yang efektif melalui *content marketing*, pemanfaatan media sosial, dan pemahaman terhadap perilaku konsumen (Rosady, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, Menurut Penulis Program Shopee *Affiliate* dapat dipandang sebagai salah satu sarana *digital marketing* yang mampu mendukung aktivitas promosi sekaligus memberikan peluang peningkatan pendapatan bagi affiliator. Melalui pemanfaatan media sosial, pembuatan konten yang kreatif, serta penerapan strategi pemasaran digital yang tepat, affiliator dapat memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan peluang terjadinya transaksi penjualan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pemanfaatan Program Shopee *Affiliate* sebagai sarana *digital marketing* dalam mendukung aktivitas promosi dan meningkatkan pendapatan *affiliate* menjadi penting untuk dilakukan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai efektivitas program tersebut dalam praktik pemasaran digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan dan uraian Latar Belakang Masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan Program Shopee *Affiliate* sebagai strategi *digital marketing* dalam aktivitas promosi produk teknologi dan parfum?
2. Bagaimana cara mengoptimalkan konten promosi melalui media sosial untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk dalam Program Shopee *Affiliate*?
3. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keberhasilan aktivitas promosi produk melalui Program Shopee *Affiliate*?
4. Bagaimana pengaruh optimalisasi Program Shopee *Affiliate* terhadap peningkatan pendapatan afiliator?

1.3 Tujuan Pendirian Proyek Bisnis

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan Pendirian Proyek Bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi penerapan Program Shopee *Affiliate* sebagai strategi *digital marketing* dalam mendukung aktivitas promosi produk teknologi dan parfum.
2. Mengembangkan strategi optimalisasi konten promosi melalui media sosial untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk dalam Program Shopee *Affiliate*.
3. Mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan promosi produk melalui Program Shopee *Affiliate*.

4. Menganalisis pengaruh optimalisasi Program Shopee *Affiliate* terhadap peningkatan pendapatan affiliator.

1.4 Manfaat

Hasil dari penyusunan Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberikan kegunaan serta manfaat yang berarti bagi berbagai pihak, baik secara teoritis maupun secara praktis:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang *digital marketing* dan *affiliate marketing*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, akademisi, maupun peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji pemanfaatan Program Shopee *Affiliate* sebagai sarana *digital marketing* dalam mendukung aktivitas promosi dan peningkatan pendapatan *affiliate*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pengalaman penulis mengenai penerapan *digital marketing* melalui Program Shopee *Affiliate* serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait strategi promosi digital dan pengelolaan aktivitas *affiliate marketing*.

2. Bagi Pelaku *Affiliate*

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam mengoptimalkan pemanfaatan Program Shopee *Affiliate* untuk meningkatkan efektivitas promosi produk, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan pendapatan.

3. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai manfaat Program Shopee *Affiliate* sebagai salah satu strategi *digital marketing* yang dapat digunakan untuk meningkatkan promosi produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

4. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan sumber informasi dalam pengembangan penelitian yang berkaitan dengan *digital marketing*, *e-commerce*, dan *affiliate marketing* di masa yang akan datang.