



Program Afiliasi Tiktok sebagai Strategi Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
<p>Annisa Sanny Universitas Pembangunan Panca Budi Medan Annisasanny@pancabudi.ac.id</p> <p>Agnes Anggun Ramadhani Universitas Pembangunan Panca Budi Medan agnesanggunrmdhn17@icloud.com</p> <p>Mutiah Hanun Universitas Pembangunan Panca Budi Medan mutiahanun05@gmail.com</p> <p>Nur Fajrina Tarigan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan nurfajrina051@gmail.com</p>	<p>ISSN: 2808-1307 Vol. 6, No. 1, April 2026 http://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh</p>

© 2026 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Sanny, A., Ramadhani, A. A., Hanun., & Tarigan, N. F. (2026). Program Afiliasi Tiktok sebagai Strategi Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 6 (1), 1-6.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh program afiliasi TikTok sebagai strategi pemasaran digital terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan menggunakan metode penelitian yang relevan, penelitian ini menemukan bahwa program afiliasi TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program afiliasi TikTok dapat menjadi strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan penjualan dan kesadaran merek. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang peran program afiliasi TikTok dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis dan pemasar digital.

Kata kunci: Media sosial, Perilaku konsumen, Afiliasi, Pemasaran digital, Strategi.

Abstract

This study aims to determine the influence of TikTok affiliate programs as a digital marketing strategy on consumer purchase decisions. Using relevant research methods, this study found that TikTok affiliate programs have a significant influence on consumer purchase decisions. The results of this study indicate that TikTok affiliate programs can be an effective digital marketing strategy for increasing sales and brand awareness. This research contributes to the understanding of the role of TikTok affiliate programs in influencing consumer purchase decisions and can serve as a reference for business practitioners and digital marketers.

Keywords: Social media, Consumer behavior, Affiliate, Digital marketing, Strategy.

A. Pendahuluan

Di era informasi ini, internet memegang peran penting dalam kehidupan manusia, internet telah menjadi salah satu pusat informasi yang mudah diakses dari tempat yang berbeda tanpa batasan ruang, waktu dan hambatan karena dapat menghubungkan satu situs informasi dengan situs informasi lainnya dalam waktu singkat. Sekarang internet mengalami perkembangan yang berbeda dan fungsi yang berbeda di mana internet sering dikunjungi tidak hanya digunakan untuk melakukan panggilan telepon atau mengirim pesan, tetapi internet juga memiliki banyak keuntungan dan memiliki banyak manfaat. Salah satunya dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan jual beli secara online, dengan banyaknya pasar yang menjanjikan, tak heran jika banyak bermunculan toko online Indonesia dan mampu membangkitkan minat beli konsumen.

TikTok sebagai salah satu platform media sosial berbasis video pendek telah menarik perhatian banyak merek dan pelaku bisnis untuk memanfaatkan potensi pemasaran yang dimilikinya (Edriasa and Sijabat 2022). Pertumbuhan ini terus berlanjut, di mana TikTok mencapai 1,5 miliar pengguna pada tahun 2023, dan meningkat menjadi 1,8 miliar pada awal tahun 2025. Pesatnya pertumbuhan aplikasi TikTok dapat dikaitkan dengan berbagai faktor, seperti fitur-fiturnya yang inovatif, antarmuka aplikasi yang ramah pengguna sehingga memudahkan kreator dalam memproduksi dan mengunggah konten, serta meningkatnya konsumsi global terhadap konten video berdurasi pendek.

Salah satu tren terbaru yang muncul dalam ekosistem digital adalah TikTok Affiliate, sebuah sistem pemasaran berbasis komisi yang memungkinkan individu untuk mempromosikan produk melalui platform TikTok dan mendapatkan keuntungan dari setiap penjualan yang terjadi melalui tautan afiliasi mereka (Azmi et al., 2025). Konsep ini semakin populer di kalangan masyarakat, terutama karena kemudahan akses dan potensi penghasilan yang menjanjikan tanpa memerlukan modal besar. TikTok Affiliate merupakan sebuah program yang memungkinkan pengguna mempromosikan produk dari toko yang ada di platform TikTok melalui penyebaran tautan khusus. Ketika ada konsumen yang mengklik tautan tersebut dan melakukan pembelian, afiliator akan menerima komisi. Namun, program ini mengharuskan para anggotanya untuk membuat konten promosi berupa ulasan produk. Tantangannya, pemilik toko dan afiliator seringkali berada di lokasi yang berbeda, sehingga afiliator tidak memiliki akses langsung untuk menilai kondisi produk secara nyata. Selain itu, besaran komisi yang diterima pun tidak seragam, karena tiap produk memiliki nilai komisi yang berbeda beda. (Khotimah, 2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana TikTok Affiliate dapat menjadi sarana peningkatan ekonomi dalam pengembangan usaha digital (Rohid, 2024). Mengidentifikasi strategi pemasaran yang digunakan oleh afiliator TikTok dalam menarik audiens dan meningkatkan penjualan. Mengamati persepsi masyarakat terhadap TikTok Affiliate sebagai sumber penghasilan. Mengumpulkan data dari komentar audiens untuk memahami dampak dan efektivitas strategi afiliasi yang digunakan oleh kreator TikTok (Adisaputro & Sutamaji, 2021).

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan cara mengembangkan pendekatan pengumpulan data melalui sumber sekunder (Sugiyono, 2018), peningkatan dalam pengumpulan data telah menjadi suatu aspek penting dalam penelitian modern. Maka dari itu, pendekatan menggunakan data sekunder telah terus berkembang dan diperkaya. Pendekatan ini melibatkan analisis informasi yang telah ada sebelumnya, seperti literatur ilmiah, jurnal-jurnal terkini, buku-buku penelitian, laporan hasil riset, konten daring, serta artikel-artikel ilmiah yang terpublikasi di berbagai situs web terpercaya.

Hal ini berkontribusi pada perkembangan kolaborasi antara peneliti serta mendorong pengembangan ilmu pengetahuan secara lebih efektif. Dalam era digital seperti saat ini, pengumpulan data sekunder juga menuntut kemampuan kritis dalam mengevaluasi kualitas dan keandalan sumber informasi. Dengan memastikan bahwa sumber-sumber yang digunakan terpercaya dan terverifikasi, integritas dan validitas penelitian tetap terjaga.

Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul Artikel	Sumber	Hasil
1	Mufatikhatum Risqiyanti, Mohammad	Startegi Pemasaran Produk Fashion	Santri : Jurnal Ekonomi	TikTok Affiliate adalah metode mempromosikan produk fashion dan

No	Penulis	Judul Artikel	Sumber	Hasil
	Maftuh Fauzi (2024)	dengan menggunakan tiktok	Keuangan (2024)	<p>mendapatkan komisi dari penjualan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategi efektif meliputi: pilih produk sesuai audiens, gunakan audio/hashtag trending, cantumkan link produk di video & bio. • Influencer berperan penting memengaruhi keputusan beli konsumen. • Jenis konten yang sesuai, kreatif, dan review langsung dari kreator meningkatkan minat beli. • TikTok Shop menyediakan kemudahan belanja langsung lewat fitur seperti Product Showcase dan berbagai metode pembayaran. • Interaksi, transparansi, dan etika promosi sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan mendorong penjualan.
2	Theresia Viona, Sindy dkk	Pemanfaatan Tiktok Affililate Sebagai Peluang Bisnis Bagi Mahasiswa	Jurnal Pendidikan Tembusai (2025)	<ul style="list-style-type: none"> • TikTok Affiliate memungkinkan mahasiswa mendapat komisi 10-50% dari penjualan produk hanya dengan membuat konten. • Bisnis ini tidak memerlukan modal besar, cukup kreativitas dan konsistensi membuat konten. • TikTok Affiliate cocok bagi mahasiswa karena fleksibel, dapat dilakukan kapan saja tanpa mengganggu kuliah. • Tantangan utama: persaingan ketat, perubahan algoritma TikTok, dan pentingnya membangun kepercayaan audiens. • Dengan strategi tepat (konten kreatif, soft selling, analisis performa), mahasiswa bisa menjadikannya sumber penghasilan tambahan.

No	Penulis	Judul Artikel	Sumber	Hasil
3	Yuli Awanda Harahap, Hasan Sazali	Digital Marketing Tiktok Affiliate Pada Pemasaran Produk	Rahan Rearch : Journal Of Multidisciplinary Research and Development (2024)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman ini juga bermanfaat untuk mengasah skill pemasaran digital dan membangun jaringan bisnis. • Affiliate marketing di TikTok meningkatkan minat beli karena konsumen lebih percaya rekomendasi kreator. • Strategi utama: gunakan hashtag dan audio trending, link produk, kolaborasi dengan influencer, dan live streaming. • Konten storytelling efektif membangun engagement. • Generasi Z jadi target pasar utama, aktif di TikTok dan lebih mudah terpengaruh konten kreator. • TikTok lebih unggul dibanding platform lain karena fokus pada video pendek dan viral. • TikTok Affiliate dianggap sebagai peluang penghasilan tambahan yang murah dan fleksibel.
4	Musyiquddin, Cici Insiyah	Tiktok Affiliate Sebagai Saran Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital	Al Tsiqoh : Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam (2025)	<ul style="list-style-type: none"> • TikTok Affiliate membuka peluang ekonomi baru, meskipun masih ada stigma negatif di masyarakat. • Strategi kreator: storytelling, unboxing, promosi diskon/giveaway, ikut tren viral, dan review produk langsung. • Tantangan: persaingan ketat, kualitas produk, transparansi promosi, dan komisi yang bervariasi. • Persepsi audiens beragam: ada yang positif (peluang penghasilan), negatif (produk tidak sesuai promosi), dan netral (butuh informasi lebih lanjut)

No	Penulis	Judul Artikel	Sumber	Hasil
				<ul style="list-style-type: none"> • Engagement rate (ER) penting untuk kesuksesan afiliasi. • TikTok Affiliate jadi bagian penting dalam ekonomi digital modern.

C. Hasil dan Pembahasan

Efektivitas program Afiliasi Tiktok sebagai strategi pemasaran digital

TikTok Affiliate telah terbukti menjadi strategi pemasaran digital yang efektif, khususnya dalam menjangkau audiens muda dan meningkatkan konversi penjualan. Dengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan secara global, TikTok menawarkan potensi jangkauan yang luas bagi pemasar dan afiliasi. Rata-rata pengguna menghabiskan sekitar 52 menit per hari di platform ini, memberikan peluang besar untuk interaksi dan konversi melalui konten afiliasi.

Keunggulan utama dari TikTok Affiliate terletak pada tingginya tingkat keterlibatan pengguna terhadap tautan afiliasi. Data menunjukkan bahwa influencer TikTok memiliki tingkat keterlibatan hingga 30,1% untuk akun dengan 50.000 hingga 100.000 pengikut, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan platform lain seperti Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa audiens TikTok lebih responsif terhadap rekomendasi produk yang disajikan secara autentik dan kreatif.

Selain itu, TikTok Shop sebagai fitur e-commerce dalam platform ini memudahkan pengguna untuk melakukan pembelian langsung melalui konten yang mereka tonton. Selama musim liburan 2024, TikTok Shop di AS mencatatkan penjualan sebesar \$100 juta pada Black Friday, menunjukkan potensi besar dalam pendorongan penjualan melalui afiliasi.

Namun, untuk memaksimalkan efektivitas strategi ini, penting bagi pemasar untuk menciptakan konten yang autentik dan relevan dengan audiens target. Menggunakan elemen storytelling, tantangan viral, dan kolaborasi dengan influencer dapat meningkatkan keterlibatan dan konversi. Dengan pendekatan yang tepat, TikTok Affiliate dapat menjadi saluran pemasaran yang menguntungkan dalam ekosistem digital saat ini.

Transparansi dalam promosi produk adalah faktor kunci dalam membangun kepercayaan audiens. Jika afiliator terlalu berlebihan dalam mempromosikan produk atau tidak memberikan review yang jujur, maka kepercayaan audiens dapat menurun. Oleh karena itu, afiliator perlu lebih transparan dan objektif dalam memberikan informasi tentang produk yang mereka promosikan. TikTok Affiliate telah membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat, terutama mereka yang ingin mendapatkan penghasilan dari media sosial. Program ini memungkinkan siapa saja untuk menjadi bagian dari sistem pemasaran digital tanpa perlu memiliki produk sendiri. Namun, keberhasilan dalam program ini tetap bergantung pada strategi pemasaran, engagement dengan audiens, dan kepercayaan yang dibangun oleh afiliator. Salah satu tantangan utama dalam TikTok Affiliate adalah persaingan yang ketat. Kreator kecil yang baru memulai sering kali kesulitan untuk mendapatkan penjualan karena mereka belum memiliki audiens yang cukup besar. Oleh karena itu, strategi yang lebih inklusif, seperti program mentorship atau kolaborasi dengan kreator lain, dapat menjadi solusi untuk membantu afiliator baru berkembang di platform ini.

Integrasi pemasaran afiliasi dalam ekosistem TikTok telah membuka peluang ekonomi baru bagi para pembuat konten, memungkinkan mereka untuk memonetisasi pengaruh dan kreativitas yang dimiliki. Konvergensi ini tidak hanya memberdayakan para kreator individu, tetapi juga menciptakan pasar yang dinamis dan kompetitif, di mana para afiliasi berlomba untuk menghasilkan konten yang menarik dan mampu beresonansi dengan audiens mereka, sekaligus mendorong peningkatan penjualan bagi bisnis mitra mereka. Selain itu, algoritme TikTok mempersonalisasi iklan dengan mempertimbangkan kebiasaan dan minat pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran afiliasi. Algoritme TikTok bekerja dengan mengkurasi konten berdasarkan preferensi pengguna, di mana setiap interaksi pengguna seperti menonton video, menyukai, berkomentar, atau mengikuti akun-akan dianalisis untuk mengidentifikasi pola perilaku dan memprediksi jenis konten yang mungkin menarik bagi mereka. Proses ini memastikan bahwa konten yang disajikan kepada pengguna memiliki relevansi yang tinggi, sehingga meningkatkan peluang keterlibatan dan konversi

Pengaruh program afiliasi Tiktok terhadap keputusan pembelian konsumsen

Afiliasi Tiktok memberikan dampak positif pada keputusan pembelian konsumen. Afiliasi yang terpercaya dan kredibel mempunyai kompetensi membuat yakin pengikutnya dalam

memilih produk di platform Tiktok. Konsumen sering kali mengandalkan ulasan dan rekomendasi dari afiliasi sebagai panduan dalam menentukan pilihan mereka. Dengan penerapan strategi pemasaran afiliasi yang efektif, Afiliasi Tiktok dapat memperkuat keyakinan dan keinginan penuh konsumen. Afiliasi yang diakui kredibilitasnya mampu menyajikan data yang tepat dan berguna, sehingga menambah tingkat keyakinan konsumen pada platform Tiktok. Lebih jauh lagi, pemasaran afiliasi bisa menjadi metode yang cost-impactive untuk menjangkau pelanggan baru.

Afiliasi Tiktok memberi pengaruh secara signifikan dan positif pada keputusan pembelian. Konten dalam pemasaran afiliasi memiliki kemampuan untuk mempengaruhi konsumen dengan cara memudahkan mereka dalam mencari informasi tentang produk yang diinginkan. Semakin baik komunikasi pemasaran yang disampaikan, konsumen akan lebih mudah dalam memilih produk. Hal ini pada akhirnya dapat mendorong mereka untuk membuat keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh pemasaran afiliasi (Zalfa et al., 2024).

D. Kesimpulan

Pembahasan ini menunjukkan bahwa TikTok Affiliate memiliki potensi besar sebagai sarana untuk meningkatkan perekonomian dalam pengembangan usaha digital, khususnya bagi individu yang ingin memanfaatkan media sosial sebagai sumber penghasilan. Program afiliasi TikTok efektif dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui pendekatan yang autentik, konten yang menarik, dan kemudahan dalam proses pembelian. Bagi pemasar, strategi ini menawarkan peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan konversi penjualan.

TikTok kini juga berperan sebagai pusat informasi yang mempengaruhi keputusan dan perilaku pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menggaris bawahi potensi TikTok sebagai alat pemasaran yang tidak hanya efektif dalam meningkatkan penjualan tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat antara merek dan konsumen, sekaligus meningkatkan nilai persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pelaku bisnis yang ingin memanfaatkan TikTok untuk meningkatkan perceived value melalui program afiliasi, sehingga dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih terarah dan berdampak.

Dengan memahami fenomena TikTok Affiliate secara lebih mendalam, diharapkan masyarakat dapat lebih bijak dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital ini, baik sebagai afiliasi maupun sebagai konsumen yang cerdas.

E. Referensi

- Abidin, C., & Gwynne, J. (2017). *Influencer celebrity, halal Internet, celebrity cultures: The commodification of religious identity in TikTok and Instagram*. *Social Media + Society*, 3(2), 1-11.
- Insiyah, C. (2025). *Tiktok Affiliate Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital*. Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi dan Dakwah Islam, 10(1), 64-82.
- Lestari, D. A., Sari, H., & Kurniaty, D. (2024). *DAMPAK PROGRAM AFFILIATE MARKETING DI TIKTOK TERHADAP PERCEIVED VALUE*. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 3159-3180.
- Martini, L. K. B., & Dewi, L. K. C. (2021). *Pengaruh Media Promosi Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian*, 5(1), 38-54.
- Siddik, R., & Veronica, M. (2024). *Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliasi Tiktok*. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 10(2), 1048-1058.
- Tarigan, P. T., Siregar, D., & Pribadi, T. (2025). *Pengaruh Affiliate Marketing dan Layanan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian di Aplikasi Tiktok Pada Di Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area*. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2).
- Wilson, G., Johnson, O., & Brown, W. (2024). *The Influence of Digital Marketing on Consumer Purchasing Decisions*. *Business, Economics and Management*. <https://doi.org/10.20944/preprints202408.0347.v1>