

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM**

#### **2.1 Perkembangan Bisnis Digital Melalui Platform TikTok**

Dunia digital terus mengalami perkembangan yang pesat menggantikan model bisnis tradisional. Kemajuan ini didorong oleh kemunculan berbagai teknologi baru, mulai dari komputer desktop hingga internet, serta perangkat seluler. Bahkan terdapat terobosan baru seperti kecerdasan buatan (AI) yang terus mengubah cara kita berbelanja, bekerja, bermain, dan menjalani kehidupan. Bagi siapa pun yang tertarik untuk berbisnis saat ini, atau ingin memahami bagaimana uang akan dihasilkan di masa depan, penting untuk memahami model bisnis digital. Beberapa diantaranya adalah *subscription*, *freemium*, *e-commerce*, dan *marketplace* (Forbes.com, 2023).

Penggunaan platform digital dalam kegiatan pemasaran telah berhasil mengubah perilaku pembelian pelanggan dan mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi secara *online* (Aziz, et al., 2023). Media sosial memainkan peran penting dalam perkembangan ini, salah satunya sebagai platform pemasaran bagi bisnis digital. Awalnya, platform media sosial seperti Facebook dan Instagram mendominasi lanskap pemasaran digital. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, TikTok telah muncul sebagai platform yang disukai oleh banyak pengguna, terutama generasi muda (TikTok for Business, 2020).

Popularitas TikTok yang meledak ini memunculkan potensi bagi perkembangan bisnis digital melalui platform tersebut. Adapun beberapa faktor yang melatarbelakangi fenomena ini:

- Pergeseran perilaku konsumen: Generasi muda, yang merupakan target pasar utama bagi banyak bisnis digital, kini lebih aktif menggunakan platform media sosial, salah satunya TikTok. Mereka terbiasa mengonsumsi konten yang singkat, kreatif, dan menghibur (TikTok Creative Center, 2022).

- Kemudahan penggunaan: TikTok menawarkan pendekatan yakni hambatan yang rendah dalam pembuatan konten, sederhana, dan mudah digunakan (Techinasia.com, 2020). Hal ini memungkinkan para pelaku bisnis untuk membuat konten video promosi tanpa memerlukan keahlian editing yang rumit.
- Fitur yang mendukung bisnis: TikTok menawarkan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis, seperti TikTok Shop untuk berjualan secara langsung dan TikTok for Business yang menyediakan tools analitik dan periklanan (support.tiktok.com),.
- Viralitas konten: Konten di TikTok memiliki potensi yang lebih besar untuk menjadi viral dibandingkan platform media sosial lainnya. Pengguna dapat memperoleh banyak audiens hanya dengan menggunakan *hashtag* atau membuat *trendjacking* video (SproutSocial.com, 2024). Hal ini dapat meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* dengan target audiens secara signifikan.

Dengan keunggulan-keunggulan tersebut, bisnis digital melihat TikTok sebagai peluang untuk menjangkau target audience yang baru, meningkatkan brand awareness, dan mendorong penjualan. Akibatnya, perkembangan bisnis digital melalui platform TikTok pun kian pesat. Bahkan, disebutkan bahwa TikTok menjadi platform teratas bagi konsumen untuk menemukan, dan akhirnya membeli, produk baru (Search Engine Journal, 2022).

## 2.2 Karakteristik TikTok



Gambar 2.1: Logo TikTok

TikTok adalah platform media sosial yang sangat populer di kalangan pengguna muda di seluruh dunia. Diluncurkan pada tahun 2016 oleh perusahaan teknologi asal China bernama ByteDance, TikTok awalnya dikenal dengan nama Douyin di pasar domestik China sebelum kemudian diperluas ke pasar internasional dengan nama TikTok (Swa.co.id, 2023). Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek dengan berbagai efek kreatif. TikTok menawarkan pengalaman yang seru dan menghibur, dengan berbagai konten seperti tarian, tantangan, *lip sync*, komedi, video *stitch*, dan banyak lagi. Pengguna dapat melakukan pengeditan video dengan mudah, seperti menambahkan musik, filter, stiker, dan efek khusus pada video mereka.

TikTok juga memiliki algoritma yang cerdas yang mampu menyesuaikan konten yang ditampilkan kepada pengguna berdasarkan preferensi mereka. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menemukan konten yang sesuai dengan minat mereka dengan lebih mudah. *For You Page* atau FYP merupakan sebutan bagi fitur ini.



Gambar 2.2: Fitur For You Page di TikTok

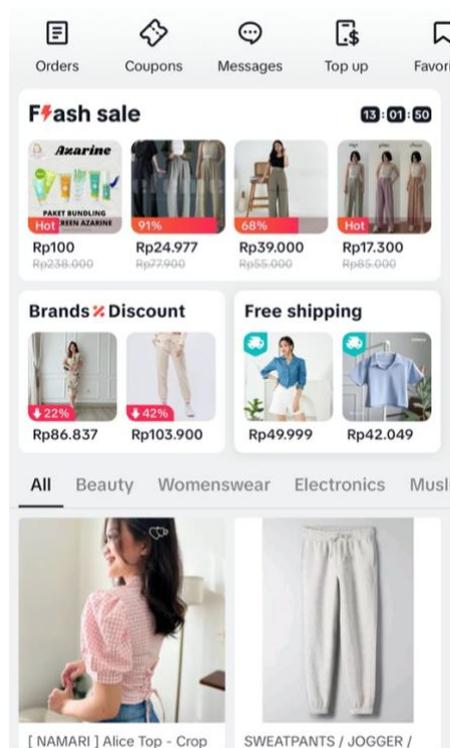
TikTok telah menjadi fenomena global dan telah mendapatkan popularitas yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dalam waktu singkat, TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Banyak selebriti, influencer, dan merek besar yang menggunakan TikTok untuk mempromosikan diri mereka dan berinteraksi dengan penggemar mereka.

## 2.3 Karakteristik TikTok Shop



Gambar 2.3: Logo TikTok

TikTok Shop adalah fitur *social e-commerce* yang memungkinkan pengguna untuk berbelanja langsung di dalam aplikasi TikTok (CNN Indonesia, 2022). Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menjelajahi berbagai produk dari berbagai merek dan melakukan pembelian langsung tanpa harus meninggalkan platform TikTok. TikTok Shop memberikan pengalaman belanja yang mudah, cepat, dan menyenangkan bagi pengguna.

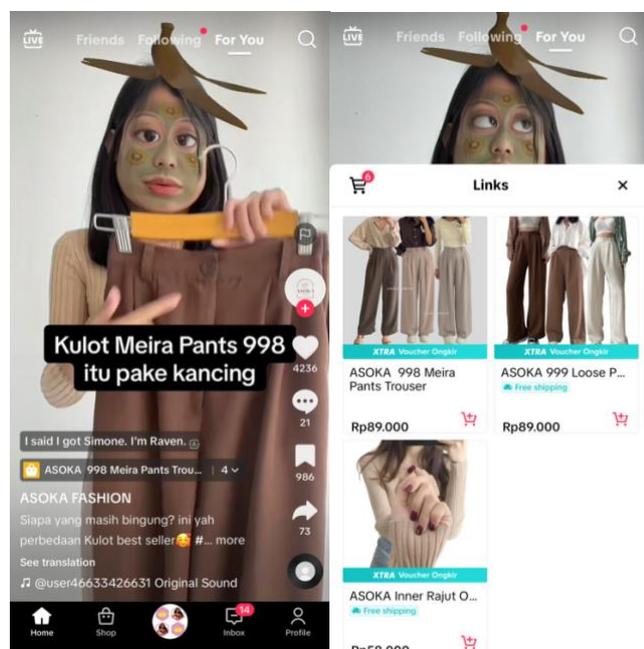


Gambar 2.4: Tampilan fitur TikTok Shop

Melalui TikTok Shop, pengguna dapat menemukan berbagai kategori produk, seperti fashion, kecantikan, elektronik, makanan, dan masih banyak lagi. Pengguna dapat menemukan produk yang mereka sukai, melihat detail produk, dan

melakukan pembelian langsung melalui aplikasi TikTok. Selain itu para pengguna juga dapat melihat gambar produk, deskripsi, harga, dan ulasan dari pengguna lain.

TikTok Shop juga menawarkan fitur-fitur interaktif yang menarik. Pengguna dapat melihat konten yang terkait dengan produk yang mereka minati, seperti video ulasan, tutorial, atau konten yang dibuat oleh merek itu sendiri. Fitur-fitur ini memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan memungkinkan pengguna untuk terlibat lebih dalam dengan merek dan produk yang mereka minati. Selain itu, hal ini juga memungkinkan pengguna untuk membuat keputusan pembelian yang lebih baik dengan informasi yang lengkap. TikTok Shop memberikan kesempatan bagi merek untuk mempromosikan produk mereka dan mencapai audiens yang lebih luas.



Gambar 2.5: Konten-konten yang dibuat seller TikTok Shop, dapat langsung mengarah ke pembelian produk

## 2.4 TikTok LIVE

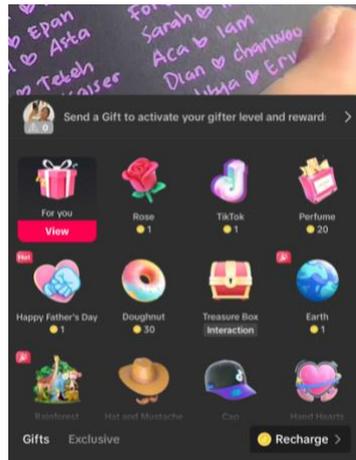
TikTok LIVE adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung di TikTok. Dalam siaran langsung, pengguna dapat berinteraksi secara real-time dengan pengikut mereka melalui komentar dan hadiah virtual. Fitur

ini memungkinkan pengguna untuk berbagi momen, cerita, atau keterampilan mereka secara langsung dengan audiens mereka. Fitur ini menciptakan pengalaman interaktif dan menyenangkan bagi pengguna TikTok (Support TikTok).



Gambar 2.6: Pengguna melakukan siaran untuk berbagi keterampilan dirinya.

Saat menggunakan TikTok Live, pengguna dapat mengaktifkan kamera dan mikrofon mereka untuk memulai siaran langsung. Pengguna dapat berbicara secara langsung dengan pengikut mereka, menjawab pertanyaan, memberikan saran, atau hanya berbagi momen sehari-hari. TikTok Live juga menyediakan fitur-fitur tambahan yang memungkinkan pengguna untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut mereka, seperti memberikan hadiah virtual atau mengundang pengguna lain untuk bergabung dalam siaran langsung. Sumber daya TikTok Live berasal dari platform TikTok itu sendiri. Fitur ini merupakan bagian dari upaya TikTok untuk memberikan pengalaman interaktif kepada pengguna dan memungkinkan mereka untuk terhubung lebih dekat dengan pengikut mereka. TikTok Live memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menunjukkan bakat mereka, mendapatkan pengikut baru, atau bahkan membangun komunitas penggemar yang setia.

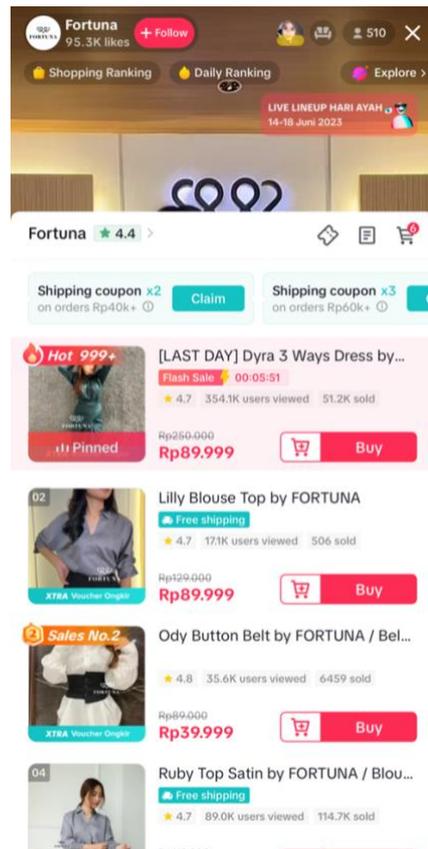


Gambar 2.7: Fitur hadiah virtual yang dapat diberikan audiens kepada penyiar.

TikTok LIVE juga dapat digunakan untuk mendukung usaha atau kegiatan bisnis. Dengan menggunakan TikTok LIVE, pengguna dapat melakukan siaran langsung video untuk mempromosikan produk atau layanan mereka kepada pengikut dan audiens potensial. Melalui TikTok LIVE, pengguna dapat berinteraksi secara langsung dengan pengikut mereka, menjelaskan tentang produk atau layanan yang ditawarkan, memberikan penawaran khusus, atau bahkan melakukan demonstrasi atau *try on* produk secara langsung. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membangun koneksi yang lebih dekat dengan pengikut mereka dan menciptakan pengalaman yang lebih personal dalam memperkenalkan bisnis mereka. Pengguna juga dapat menggunakan fitur "Shop Now" yang memungkinkan pengikut langsung membeli produk yang ditawarkan selama siaran langsung.



Gambar 2.8: Promosi produk dengan cara live streaming: interaksi real-time dengan audiens hingga try on product.



Gambar 2.9: Fitur Shop Now memudahkan audiens dalam melakukan pembelian.