



UNIVERSITAS LAMPUNG

ETIKA DALAM AFFILIATE MARKETING

Oleh Kelompok 6

ANGGOTA KELOMPOK

1



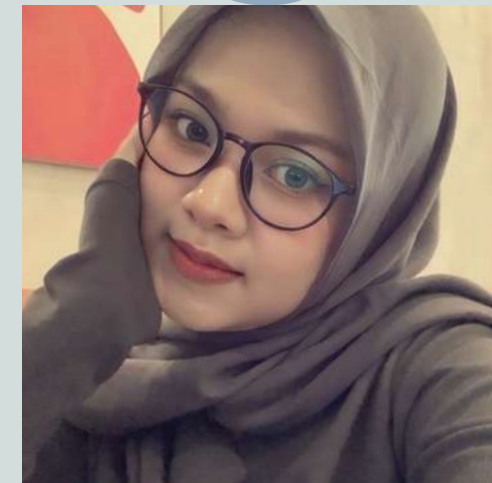
Arya Putra Pratama
Ansori
2313025022

2



Syawal Pratama

3



Devina Efendi
2313025050

4

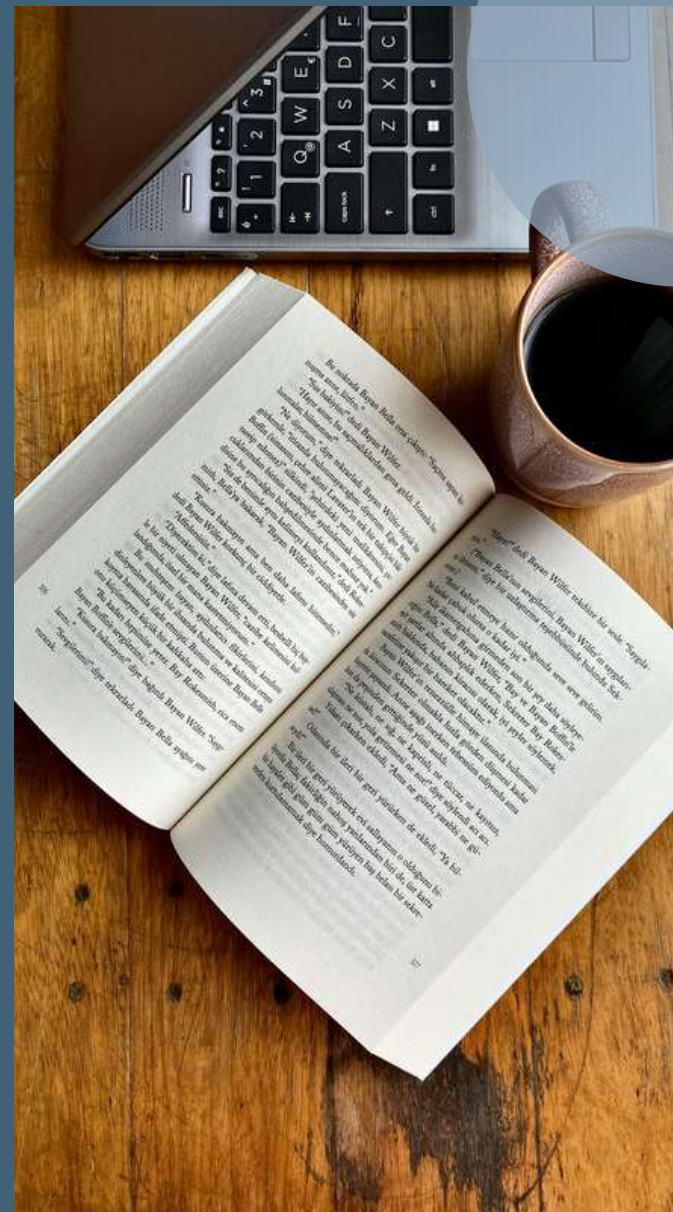


Vira Azmi N.
2313025068

A person is shown from the chest down, sitting at a desk. They are wearing a light-colored long-sleeved shirt. Their hands are resting on a desk with various items: a pair of black-rimmed glasses, a blue pencil, an open book with text, and a green folder. The background is a plain white wall.

LATAR BELAKANG

Affiliate marketing berkembang pesat berkat digitalisasi dan memberikan keuntungan bagi perusahaan serta afiliator melalui sistem komisi berbasis penjualan. Namun, persaingan membuat sebagian afiliator menggunakan cara yang tidak etis seperti ulasan palsu, overclaim, dan menyembunyikan status afiliasi hanya demi komisi. Praktik tersebut merugikan konsumen dan menurunkan kepercayaan terhadap brand. Karena itu, penerapan etika sangat penting agar affiliate marketing berjalan jujur, profesional, dan saling menguntungkan.



RUMUSAN MASALAH

- Apa konsep dasar affiliate marketing dan kaitannya dengan etika bisnis?
- Mengapa etika penting dalam pelaksanaan affiliate marketing?
- Apa dampak pelanggaran etika bagi konsumen, afiliator, dan brand?
- Bagaimana strategi meningkatkan konversi tanpa mengorbankan etika?

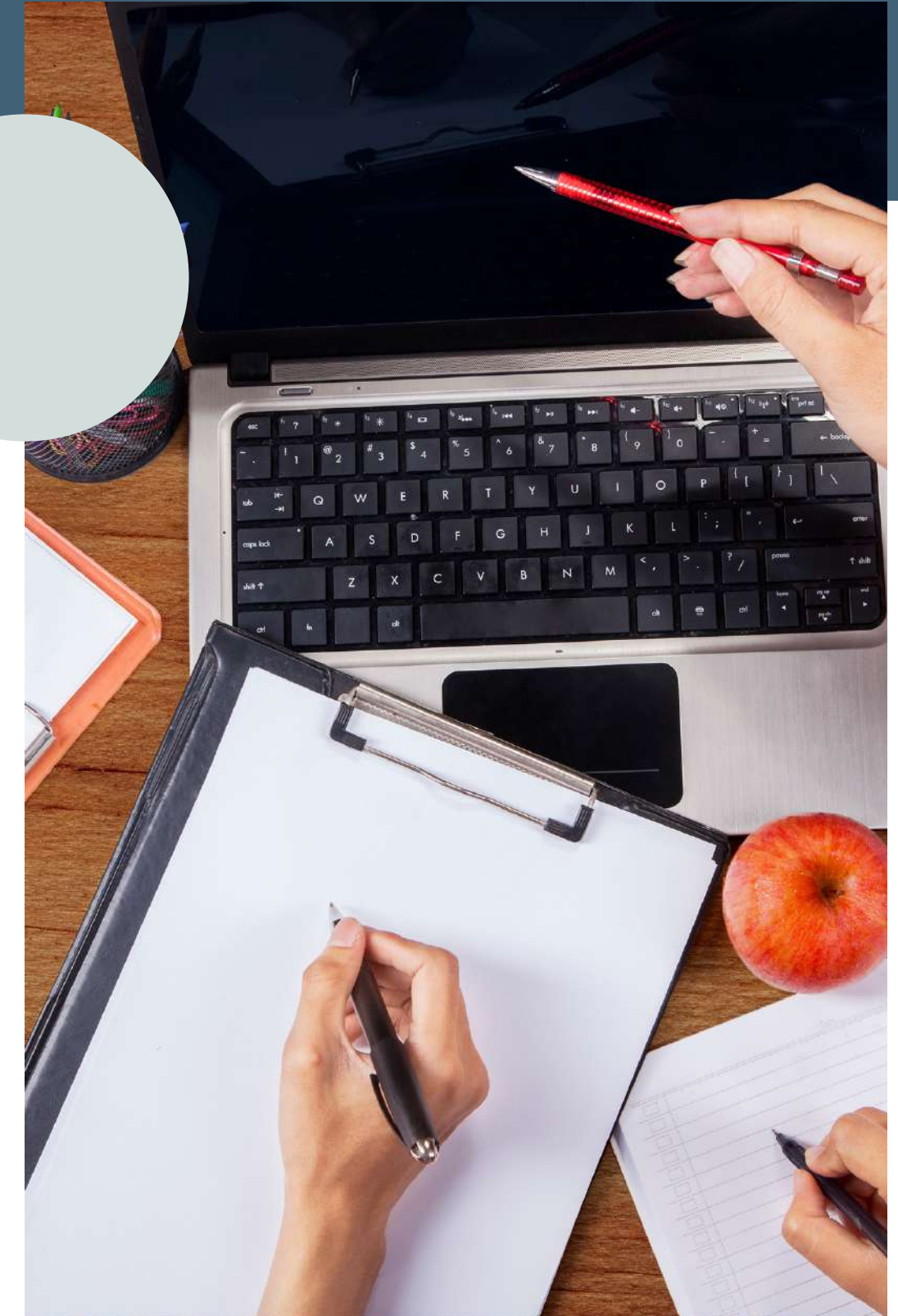
TUJUAN

- Menjelaskan konsep dan mekanisme affiliate marketing.
- Menganalisis pentingnya penerapan etika bisnis dalam pemasaran afiliasi.
- Mengidentifikasi dampak buruk pelanggaran etika dalam affiliate marketing.
- Memberikan strategi marketing afiliasi yang tetap etis dan transparan.



AFFILIATE MARKETING

Affiliate marketing adalah model pemasaran berbasis kinerja di mana perusahaan memberikan komisi kepada afiliator setelah berhasil mengarahkan konsumen melakukan pembelian melalui tautan promosi yang mereka bagikan. Model ini memungkinkan brand menjangkau lebih banyak audiens melalui konten afiliator, sementara afiliator memperoleh penghasilan dari setiap transaksi yang terjadi melalui tautan mereka.





ETIKA BISNIS

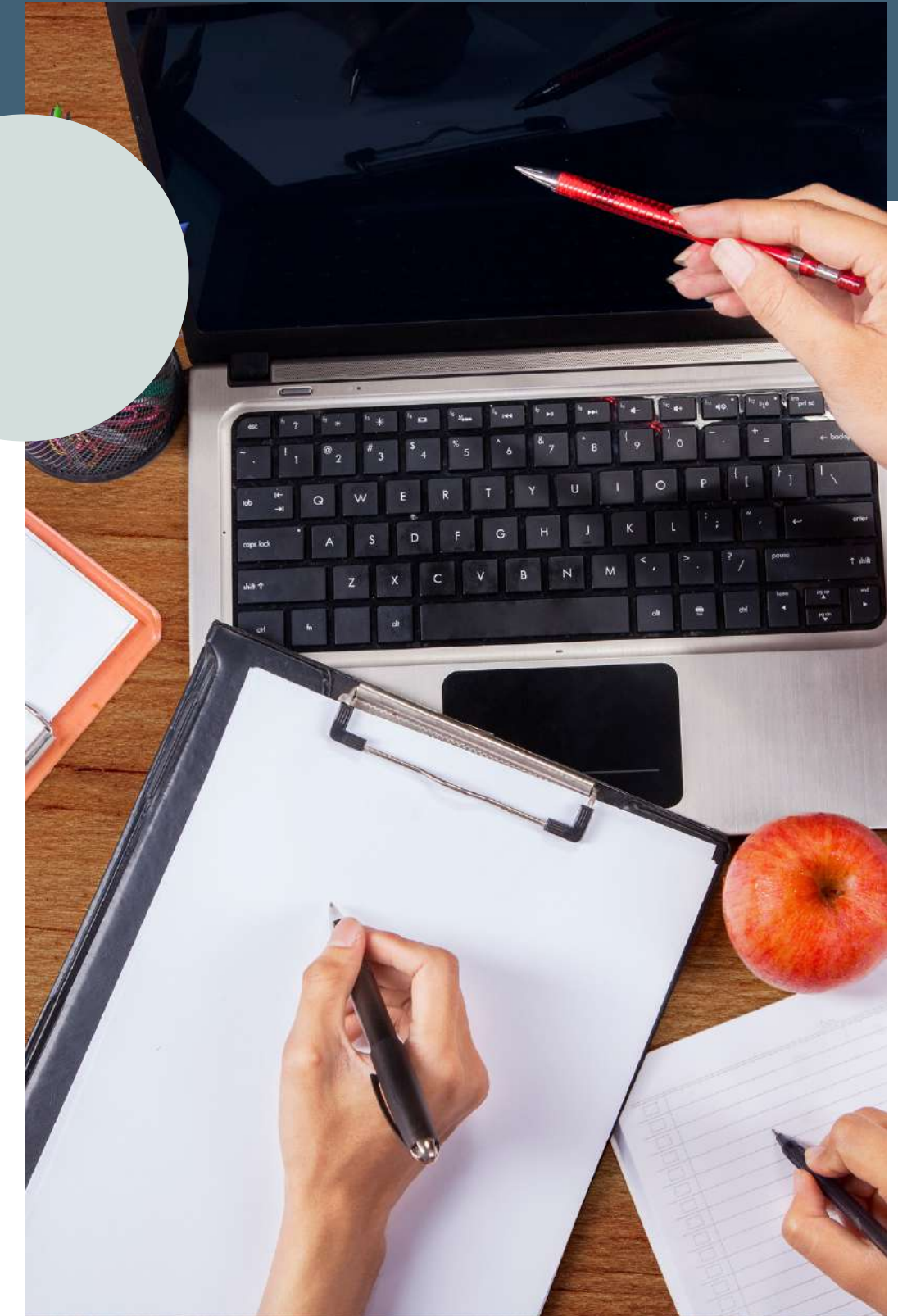
Dalam pelaksanaannya, affiliate marketing membutuhkan penerapan etika bisnis agar tidak merugikan konsumen. Etika bisnis menekankan kejujuran, keadilan, transparansi, dan tanggung jawab dalam memberikan informasi produk. Afiliator harus menghindari ulasan palsu, klaim berlebihan, dan rekomendasi menyesatkan. Dengan menjunjung prinsip kejujuran dan integritas, kerja sama antara merchant, afiliator, dan konsumen dapat berlangsung saling menguntungkan dan membangun kepercayaan jangka panjang.

PENTINGNYA ETIKA DALAM PEMASARAN

Etika pemasaran penting untuk menjaga kepercayaan dan reputasi dalam E-commerce yang terhubung dengan strategi offline.

Tiga prinsip utama etika pemasaran:

- Kejujuran: Menyampaikan informasi yang benar.
- Transparansi: Memberikan kejelasan agar konsumen dapat mengambil keputusan sadar.
- Integritas Moral: Afiliator menjadi penjaga moral dalam mempromosikan produk.



DAMPAK PELANGGARAN ETIKA DAN REGULASI



- Sanksi hukum: Pelanggaran UUPK/UU ITE dapat berujung denda hingga penutupan usaha.
 - Turunnya kepercayaan konsumen: Iklan berlebihan atau janji yang tidak ditepati menurunkan minat dan konversi.
 - Kerusakan brand: Berita negatif cepat viral dan merusak citra merek secara permanen.

STRATEGI DAN KONVERSI

- Kode Digital (QR/Promo): Media offline digunakan untuk mengarahkan konsumen ke platform online melalui kode eksklusif.
- Landing Page Khusus: Iklan offline diarahkan ke URL tertentu untuk memperjelas informasi dan memudahkan konversi.
- Event Pengumpul Data: Aktivitas offline menjadi sarana mengumpulkan data melalui pendaftaran online untuk retargeting.





KESIMPULAN

Affiliate Marketing berkembang pesat namun menghadapi tantangan etika. Banyak afiliator mengejar komisi dengan praktik tidak jujur seperti ulasan palsu atau overclaim, yang merugikan konsumen dan merusak reputasi brand. Karena itu, prinsip Kejujuran, Keadilan, dan Integritas Moral wajib diterapkan. Afiliator harus menjadi moral gatekeeper agar pemasaran tetap etis dan menciptakan situasi win-win bagi merchant, afiliator, dan konsumen.



TERIMA KASIH