



**Universitas Lampung**

# **STRATEGI MEMBANGUN KEPERCAYAAN AUDIENS DALAM AFFILIATE MARKETING**

Kelompok 5 PTI 2023 B

**Mata Kuliah : E-Commerce**



# **NAMA ANGGOTA**

- 1. Alvito Dika Tama (2313025006)**
- 2. Alya Yuri Agusthin (2313025028)**
- 3. Khoirunnisa'a'stiani (2213025012)**
- 4. Jenita Alexandra Kabes (2213025062)**

# LATAR BELAKANG

**Perkembangan teknologi digital dan e-commerce telah membuka peluang bagi model pemasaran baru, salah satunya affiliate marketing, yang semakin banyak digunakan karena efektif memperluas jangkauan promosi melalui sistem komisi.** Menurut Hostinger (2024), nilai industri affiliate marketing global diperkirakan mencapai USD 18,5 miliar pada 2024 dan diproyeksikan meningkat hingga USD 31,7 miliar pada 2031, dengan lebih dari 80% merek telah menggunakan program afiliasi (Affiliate Marketing Statistics, 2024).

**Meski potensial, tantangan utama affiliate marketing adalah membangun kepercayaan audiens.** Kepercayaan menentukan penerimaan konsumen terhadap promosi, dan penelitian menunjukkan hanya sekitar 10% konten afiliasi di platform seperti YouTube dan Pinterest yang menampilkan disclosure jelas (Mathur, Narayanan, & Chetty, 2018). Saat ini, konsumen semakin selektif terhadap integritas dan relevansi rekomendasi, apalagi affiliate marketing menyumbang sekitar 16% penjualan e-commerce di Amerika Utara (Hostinger, 2024).

# LATAR BELAKANG

Oleh karena itu, strategi sistematis diperlukan untuk memperkuat kepercayaan audiens, melalui pemilihan produk relevan, ulasan jujur dan transparan, serta konsistensi pesan. Makalah ini membahas bagaimana afiliasi membangun kepercayaan, peran transparansi, dan strategi pemilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan audiens.

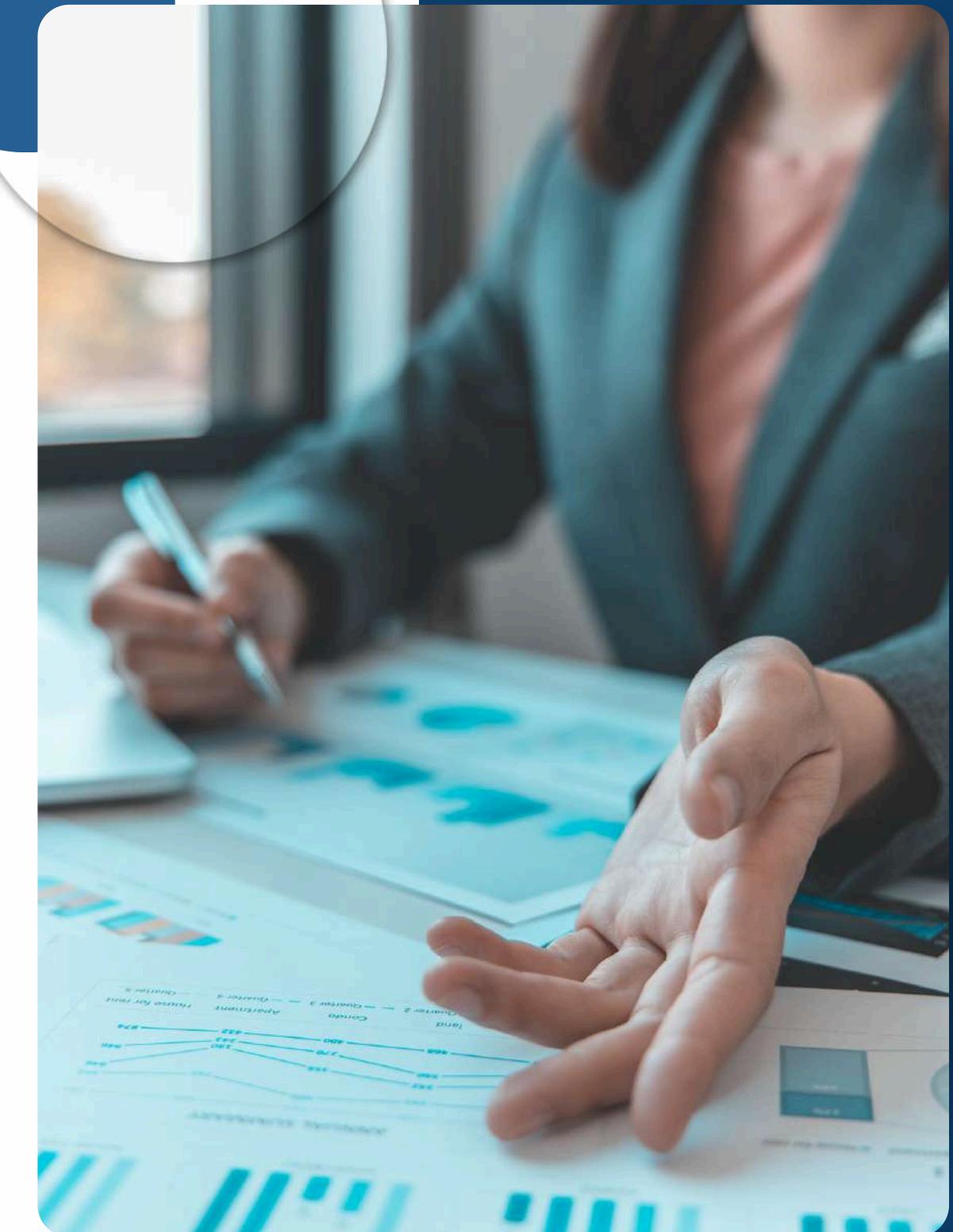
## RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana afiliasi dapat membangun kepercayaan audiens terhadap produk yang dipromosikan?
2. Bagaimana peran transparansi dan ulasan jujur dalam menarik minat konsumen?
3. Bagaimana strategi yang relevan untuk memilih produk yang sesuai dengan nilai dan kebutuhan audiens?

# DEFINISI AFILIATE MARKETING

---

Affiliate marketing merupakan model pemasaran digital yang melibatkan kerja sama antara pemilik produk (merchant) dan pihak ketiga (afiliasi) untuk mempromosikan produk atau layanan melalui berbagai platform digital. Afiliasi memperoleh komisi ketika audiens melakukan tindakan tertentu, seperti pembelian, pendaftaran, atau klik melalui tautan rekomendasi. Menurut Laudon dan Traver (2022), affiliate marketing adalah pemasaran berbasis kinerja (performance-based marketing) yang bergantung pada kontribusi pihak eksternal dalam membawa konsumen kepada penjual melalui sistem pelacakan digital.



# KONSEP KEPERCAYAAN KONSUMEN DALAM DIGITAL MARKETING

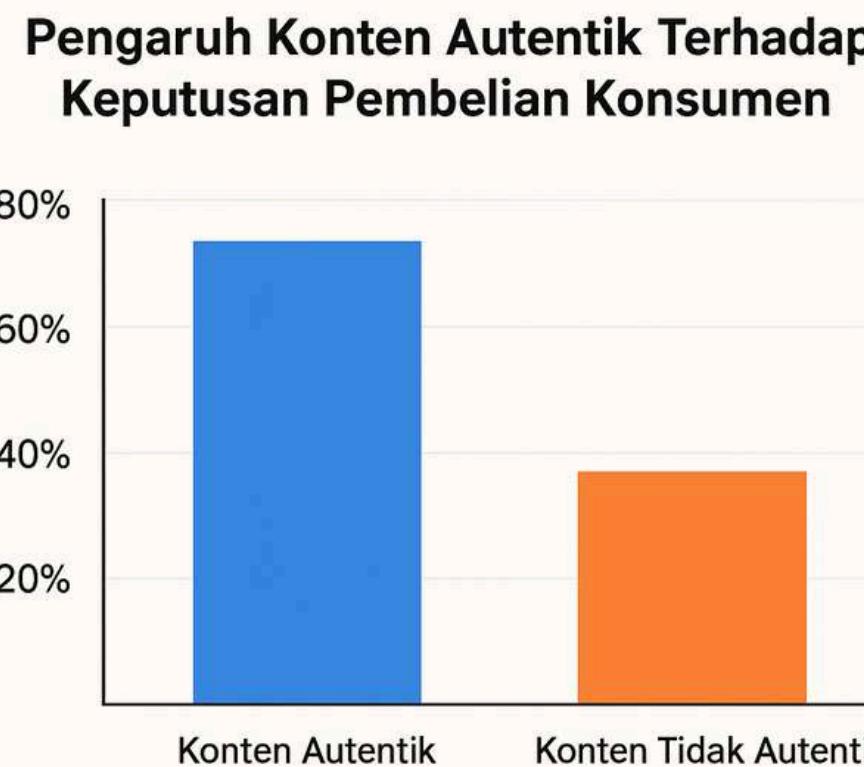
Kepercayaan konsumen penting dalam pemasaran digital, berarti keyakinan bahwa informasi pemasar jujur, kredibel, dan dapat diandalkan. Kepercayaan online dipengaruhi oleh:

1. **integrity (kejujuran),**
2. **competence (kemampuan),**
3. **benevolence (niat baik).**

Dalam affiliate marketing, transparansi afiliasi, ulasan objektif, dan bukti sosial seperti review membantu membangun kredibilitas. Semakin akurat dan jujur konten yang disampaikan, semakin besar peluang terciptanya kepercayaan jangka panjang.



# PERILAKU KONSUMEN DALAM ERA E-COMMERCE



## Perilaku Konsumen Era E-commerce:

- Konsumen lebih aktif mencari informasi: membaca ulasan, menonton review, membandingkan produk.
- Pola ROPO (Research Online, Purchase Offline/Online) dan social proof semakin dominan (rating, komentar, rekomendasi influencer).
- Konten autentik memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian: 70% vs 30% untuk konten tidak autentik

## Kepuasan pelanggan:

- Konsumen memilih afiliasi yang jujur, relevan, dan memiliki pengalaman nyata.
- Konten yang informatif, transparan, dan autentik → peluang konversi dan loyalitas lebih tinggi



# PRINSIP ETIKA PEMASARAN DIGITAL

## Pentingnya Etika

Etika penting untuk menjaga citra pemasar, membangun kepercayaan, dan meningkatkan efektivitas strategi digital.

1.

**Transparansi:** jelaskan hubungan afiliasi-produk.

2.

**Kejujuran:** informasi objektif, jangan melebih-lebihkan.

3.

**Rivasi & Data:** Kelola data dengan aman, ikuti kebijakan.

4.

**Kesesuaian Konten:** sesuai norma, hindari manipulasi.

# STRATEGI MEMBANGUN KEPERCAYAAN AUDIENS

- Konsistensi dalam konten dan pesan sangat penting agar audiens melihat keseriusan serta stabilitas brand.
- Menampilkan pengalaman pengguna nyata memberikan bukti otentik yang memperkuat kepercayaan audiens.
- Hubungan dan komunitas digital membangun interaksi dua arah yang meningkatkan loyalitas dan rasa kebersamaan.

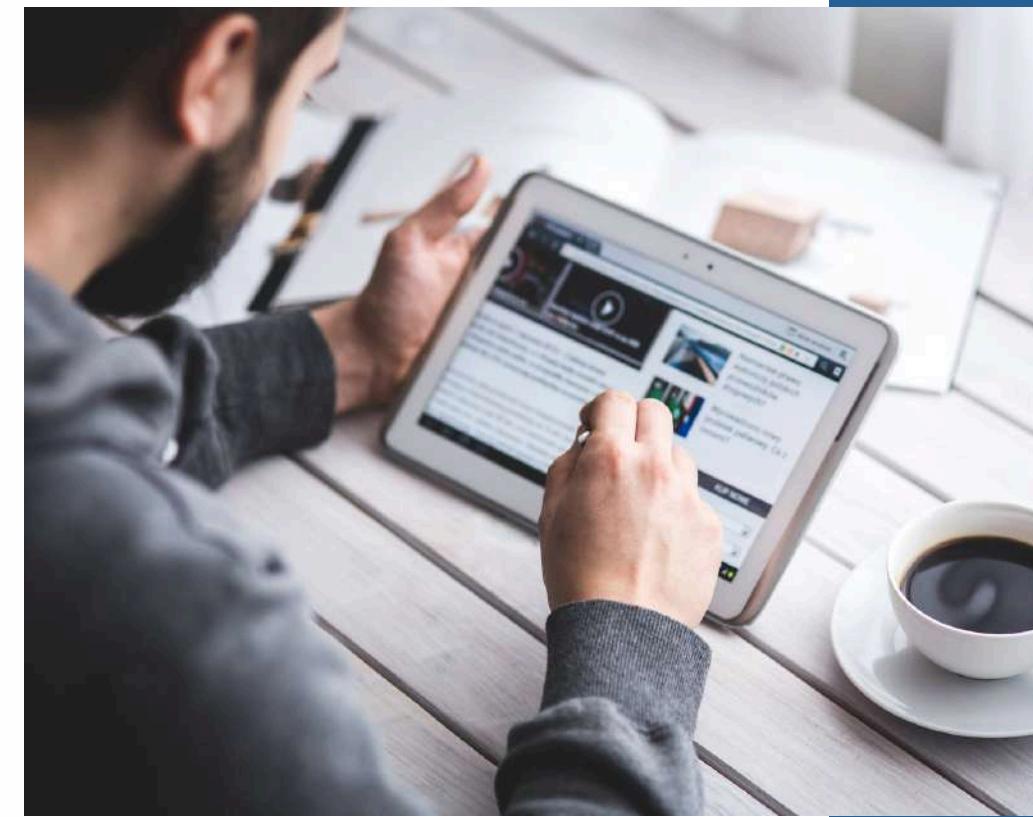


# PERAN TRANSPARANSI DAN ULASAN JUJUR

Pengungkapan afiliasi adalah kewajiban etis & legal agar audiens mengetahui adanya kerja sama.

Ulasan jujur sangat mempengaruhi persepsi dan keputusan pembelian audiens.

Penting menjaga keseimbangan promosi dan objektivitas agar informasi tetap valid dan tidak bias.



# STRATEGI MEMILIH PRODUK YANG SESUAI DENGAN NILAI DAN KEBUTUHAN AUDIENS

## 1. Analisis Karakteristik Target Audiens

- Pahami masalah dan kebutuhan audiens.
- Nilai dan etika audiens.
- Gaya hidup dan preferensi audiens.

## 2. Seleksi Produk Berdasarkan Relevansi dan Kualitas

- Relevansi produk.
- Kualitas produk.

## 3. Evaluasi Reputasi Brand dan Program Afiliasi

- Reputasi brand.
- Struktur program afiliasi.

## 4. Menggunakan Data Engagement untuk Validasi Produk

- Lacak performa produk.
- Analisis umpan balik audiens.
- Sesuaikan strategi promosi.



# KESIMPULAN

---



Affiliate marketing berkembang pesat seiring meningkatnya aktivitas digital, namun keberhasilannya sangat bergantung pada kepercayaan audiens. Kepercayaan ini dibangun melalui konsistensi, transparansi, dan pemilihan produk yang relevan serta sesuai dengan kebutuhan dan nilai audiens. Transparansi dalam hubungan komersial dan ulasan yang autentik berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian dan meningkatkan persepsi keandalan. Selain itu, pemilihan produk yang tepat, reputasi brand yang baik, serta pemanfaatan data kinerja afiliasi turut memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen. Secara keseluruhan, kepercayaan dan integritas menjadi inti dari strategi affiliate marketing yang efektif.



A background photograph shows four people in an office environment. On the left, a person with long blonde hair is seen from the side. In the center, two women are facing away from the camera; one has dark hair pulled back in a bun, and the other has dark hair down. On the right, another person with dark hair is partially visible. The scene is set in a modern office with large windows and green plants.

# TERIMA KASIH

Kelompok 5 PTI 2023 B

---