



***“Fenomena Affiliate
Marketing pada
social commerce”***

Tabel Konten

- 01 Latar Belakang dan Tujuan
- 02 Riset Metodologi
- 03 Tren *Affiliate Marketing*
- 04 Memaksimalkan Potensi *Affiliate Marketing*
- 05 Kesimpulan





01

Latar Belakang dan Tujuan

Apa itu *Social Commerce*?

***Social Commerce* terdiri
dari dua elemen**

media sosial

e-commerce



Mengapa *Social Commerce* penting bagi UKM?

1.

Memiliki AUDIENS potensial

Platform sosial-first memanfaatkan interaksi sosial dan konten UKM untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

48%

2.

Mempermudah UKM bertemu dengan target audiens melalui konten yang RELEVAN

UKM mengklaim bahwa konten yang relevan dengan produk atau merek mereka memudahkan mereka dikenal oleh target audiens yang relevan di social-commerce.

37%

3.

Membantu UKM menjangkau lebih banyak pembeli potensial

UKM perlu beragam kanal pemasaran untuk mencapai audiens yang beragam dan mengurangi risiko ketergantungan pada satu platform saja.

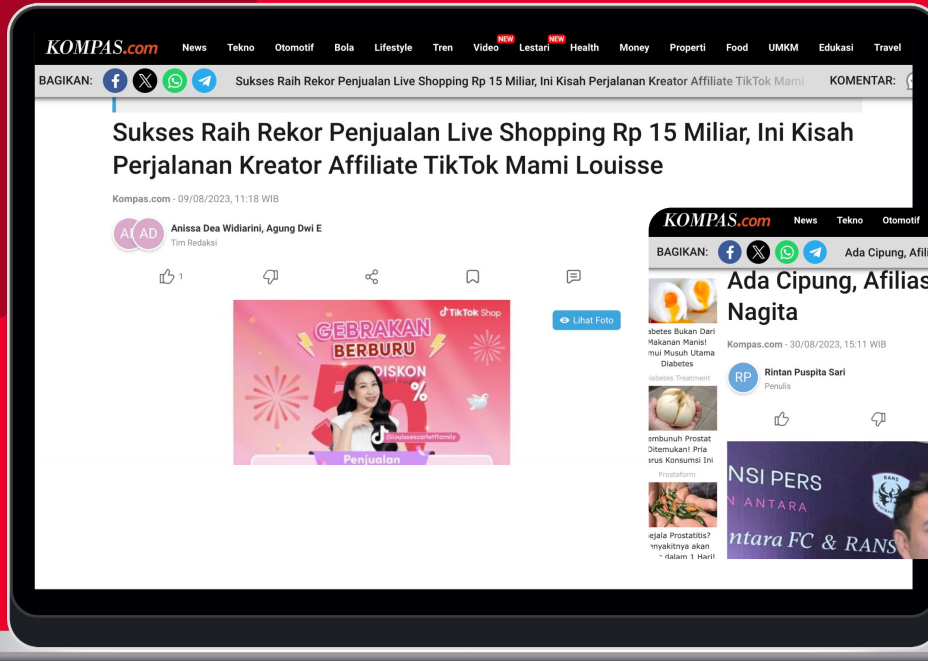
34%





What's Next?

Affiliate Marketing



Tujuan Riset



- ✓ Mengeksplor tren *affiliate marketing* pada segmen *E-shopaholics*
- ✓ Menilai kepercayaan pembeli pada *affiliate marketing*
- ✓ Membahas strategi yang dapat dilakukan UKM untuk memaksimalkan penggunaan *affiliate marketing*

02

Riset Metodologi

Metodologi Koleksi Data



Bekerjasama dengan **Populix pool and offline recruitment** untuk mendistribusikan survei dan responden mengisi survei menggunakan laptop atau smartphone mereka sendiri.



Penelitian ini merupakan survei yang dilakukan secara mandiri, melalui tautan yang kami bagikan.



Durasi wawancara adalah 15 menit dengan 5 pertanyaan terbuka.



N = 300

Metode koleksi data :
Survey online

Responden pada riset ini : E-Shopaholics



17 – 40 tahun

- Jabodetabek
- Bandung
- Yogyakarta
- Surabaya
- Medan

Profil Responden

N : 300 (All Respondent)



Pengkoleksian Data



27 Sept
– 13 Oct
2023



N=300



Gender



31%



69%



Usia

33%

17–24
Tahun

54%

25–35
Tahun

13%

36–40
Tahun

Base: All Respondent (n=300)

S1. Area || S2. Age || S3. gender || S4. SEC || S5. Education || S6. Marital Status || S7. Occupation || S9. Usership



Area

Jabodetabek



33%

Bandung



17%

Yogyakarta



17%

Surabaya



17%

Medan



17%



Status

Menikah dengan anak



47%

Single



42%

Menikah tanpa anak



10%

Cerai dengan anak



1%



Pekerjaan

Pekerja Swasta



37%

Wiraswasta



24%

Freelancer



14%

Mahasiswa/i



11%

Ibu Rumah
Tangga



9%

Karyawan
Pemerintahan



4%

Lainnya



1%



Edukasi

S1



49%

SMA



38%

D1/D2/D3



11%

S2



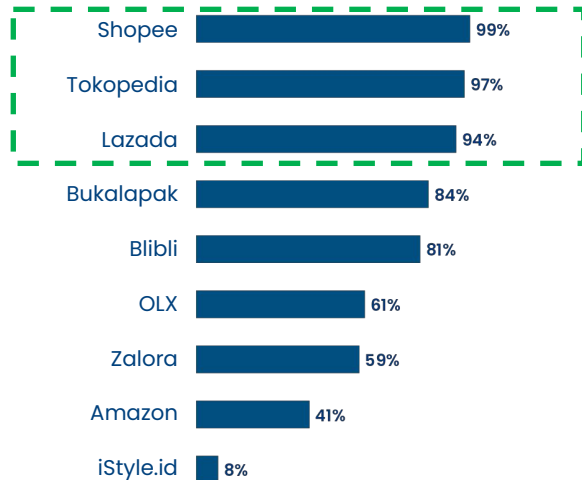
2%



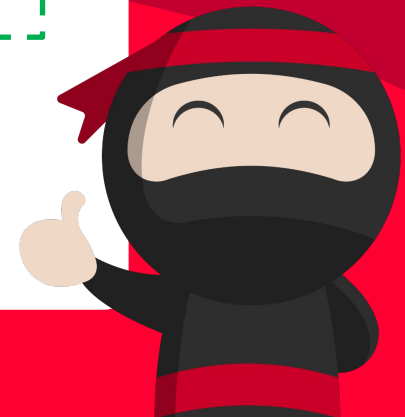
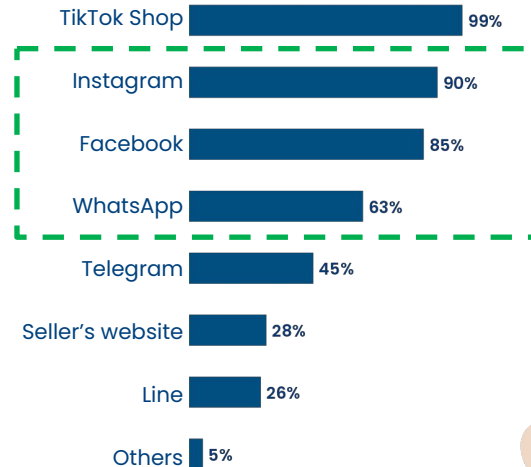
Shopee, Tokopedia, dan Lazada

adalah platform yang paling terkenal untuk E-commerce, sedangkan TikTok Shop adalah yang paling terkenal untuk *Social Commerce*.

E-Commerce



Social Commerce



03

Tren *Affiliate* Marketing

Market Incidence

Belanja online masih menjadi pilihan utama **e-shopaholics**,
dan rata-rata mereka melakukannya setiap minggu

Total responden yang kami teliti
berjumlah :

1198 respondent

dan

42% sudah berbelanja melalui
affiliate marketing dan

88% mempertimbangkan untuk
berbelanja melalui *affiliate marketing*

Activities

Menjadi affliator



36%

Berbelanja langsung
ke penjual

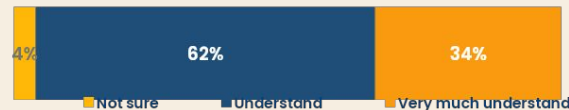


95%

Berbelanja melalui
affiliate marketing



42%



Mempertimbangkan untuk belanja melalui *affiliate marketing*





Apa itu *Affiliate Marketing*?

Suatu bentuk pemasaran dimana perusahaan membayar pihak ke-tiga (affiliator) untuk mempromosikan dan mendapatkan pelanggan baru

Menurut **Kementerian Perindustrian**, affiliate marketing adalah sebuah program untuk mempromosikan produk ataupun jasa dari suatu perusahaan ataupun brand melalui link afiliasi, dengan komisi yang diberikan apabila produk atau jasa tersebut terjual.



Kembali ke riset :



Selain faktor harga, ulasan dan kemudahan dalam menemukan produk merupakan alasan kenapa orang berbelanja melalui *affiliate marketing*.

Mereka melakukan pemesanan online melalui *affiliate marketing* 1 sampai 4x dalam sebulan.

Alasan Berbelanja melalui *Affiliate Marketing*



Frekuensi Berbelanja melalui *Affiliate Marketing*



Base: All Respondents who Buying products online through an affiliate (n=167)
U24. Frequency shop through affiliate marketing
U26a. What are your reasons for shopping online through affiliate marketing?

Orang lebih termotivasi berbelanja melalui *affiliate marketing* ketika mereka menemukan ulasan yang jelas dan promo yang menarik.

Sebaliknya, di sisi lain ada halangan yang membatasi orang berbelanja *affiliate marketing* : ulasan yang tidak jelas dan tidak ada promosi yang menarik.



Pemicu berbelanja melalui *affiliate*



Penghalang berbelanja melalui *affiliate*



Base: All Respondents who Buying products online through an affiliate (n=167)
U24. Frequency shop through affiliate marketing
U26a. What are your reasons for shopping online through affiliate marketing?

04

**Memaksimalkan
Potensi Penggunaan
*Affiliate Marketing***

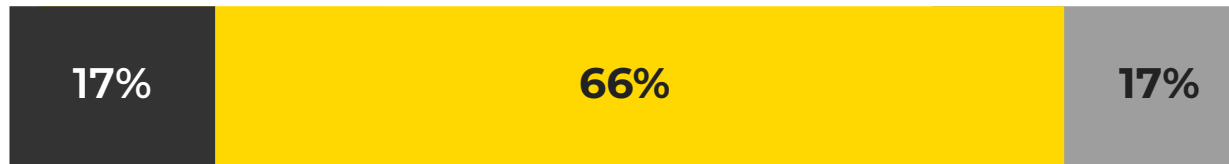


PEOPLE



83% responden percaya kepada *Affiliate Marketing*

Believability toward *Affiliate marketing*
N=300



Between believe or not



Believe



Very much Believe



Banyak individu dari latar belakang non-influencer telah menjadi *Affiliate Marketing*, dan mereka telah mendapatkan kepercayaan konsumen dalam menjual produk.



Pengikut pada Media Sosial

Profil Afiliate Dalam Pandangan Pecinta Belanja Online

N=167

Other people (fellow social media users)

Influencer/KOL

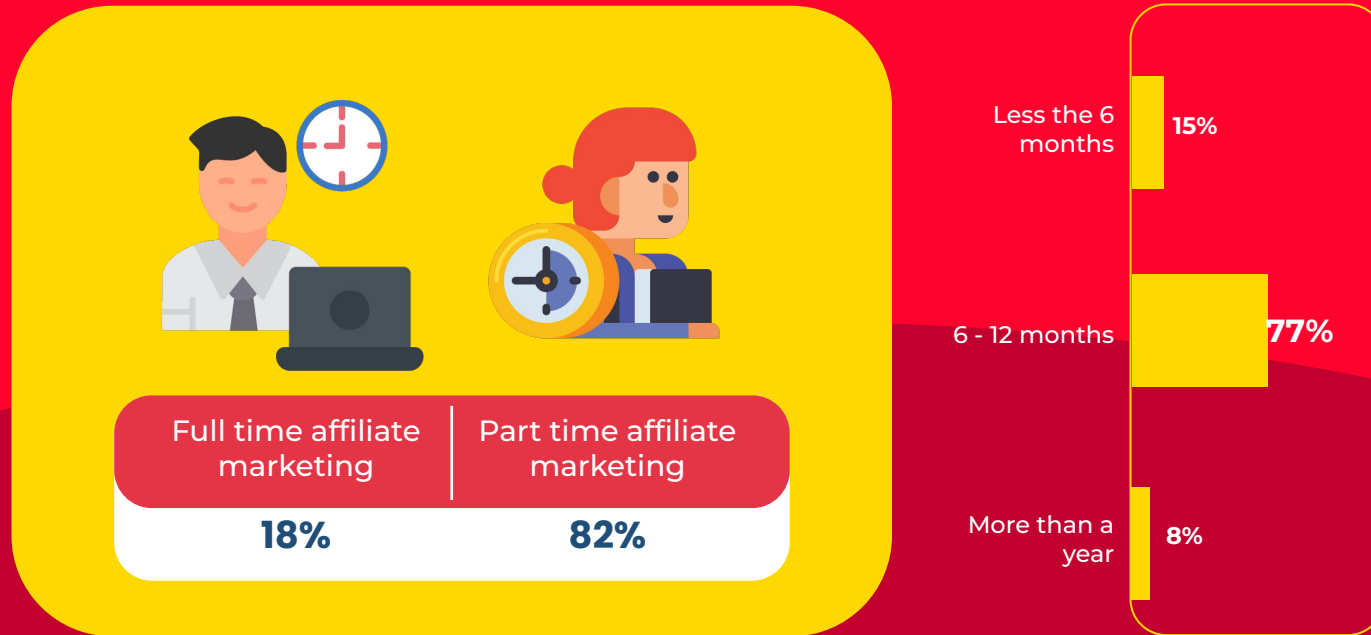
My friend



	Total	Affiliate (A)	Non Affiliate (B)
		210	90
Less than 500	30%	50%	79% A
500 - 800	21%	20% B	4%
800 - 1000	16%	12%	8%
1000 - 5000	21%	9%	7%
5000 - 8000	7%	5%	2%
8000 - 1 million	3%	2%	0%
More than 1 million	2%	1%	0%



Sebagian besar *Affiliate Marketing* bekerja paruh waktu, dan kebanyakan dari mereka sudah berkecimpung selama sekitar satu tahun.



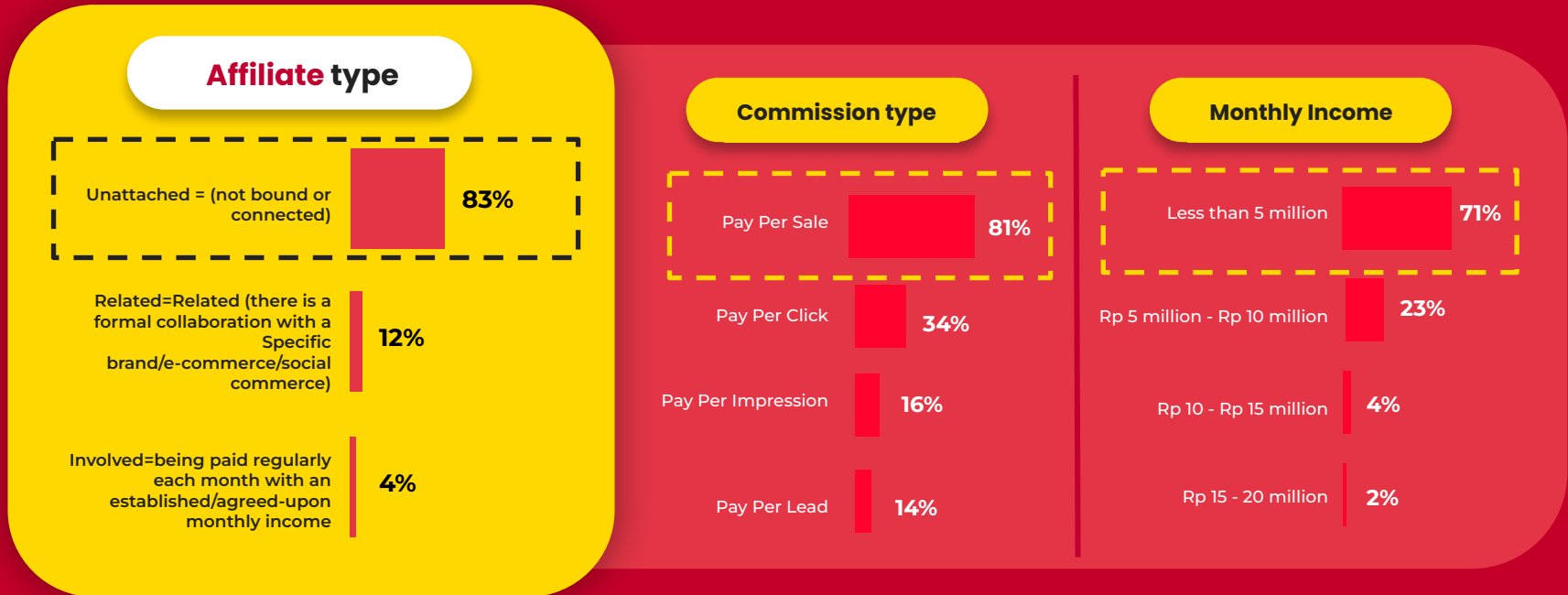
Base: All Respondents who becoming affiliate (n=210)

UX. Which of the following statements that suited you the most regarding the profession of being an affiliate marketing?

U5. How long have you become an affiliate in (mention answer in U4)?

Affiliate Marketing cenderung tidak terikat dan tidak memiliki kemitraan resmi dengan brand, e-commerce, atau platform social commerce.

Selain itu, jenis komisi yang paling umum diterima adalah 'bayar per penjualan,' dengan kisaran pendapatan tertinggi di bawah 5 juta.



Base: All Respondents (n=210)

U8. Among the affiliate types below, which one is suitable for you as an affiliate? || U9. Which of the commission types do you receive as an affiliate? ||

U10. What is your average total income if calculated on a monthly basis only from affiliate marketing? || U10a. Specific Income

Mean Score

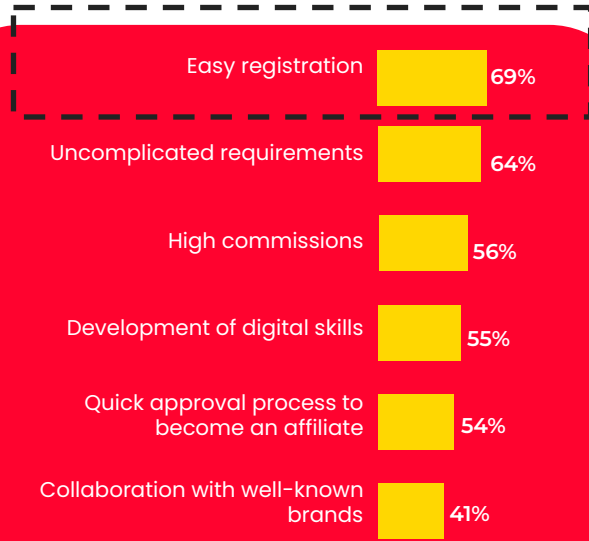
3,436,442

Banyak orang mungkin tertarik untuk menjadi *Affiliate Marketing* karena proses pendaftarannya yang mudah dan persyaratan yang sederhana.

Namun, beberapa orang merasa ragu untuk menjadi *Affiliate Marketing* karena kurang aktif di media sosial dan keterampilan pengeditan.

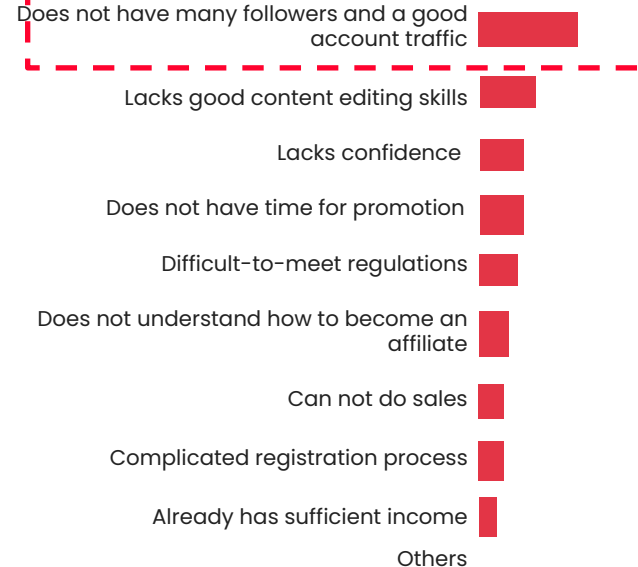


Pemicu Affiliate



Base: All Respondents who becoming affiliate (n=210)
B1a. Please mention the things that make you want to become an affiliate marketing?

Penghalang Affiliate



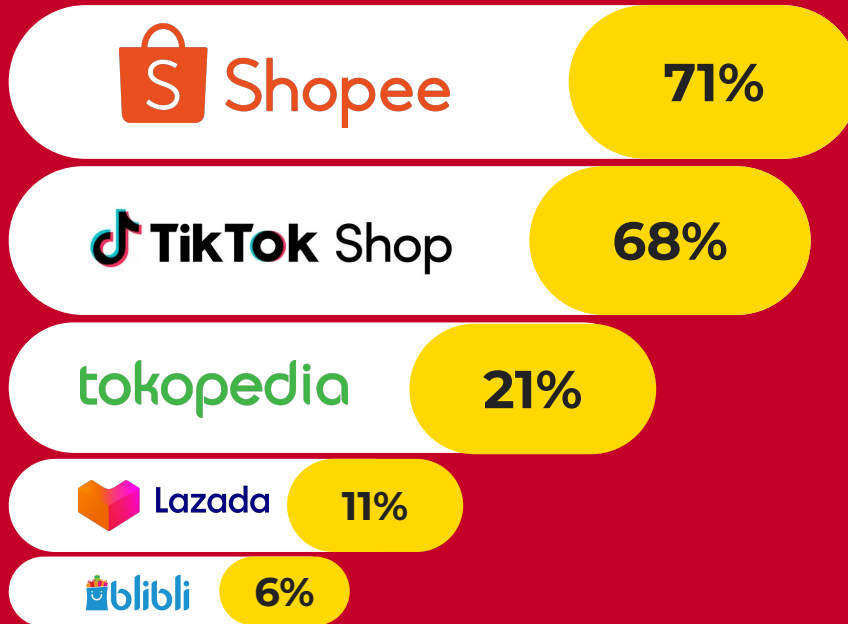
Base: All Respondents who becoming affiliate (n=210)
B2. What are the usual obstacles that prevent you from becoming an affiliate marketing?





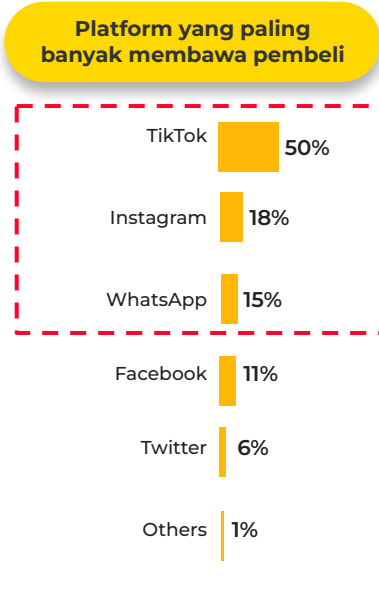
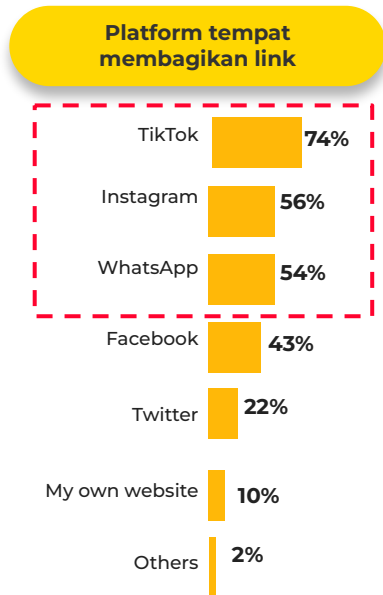
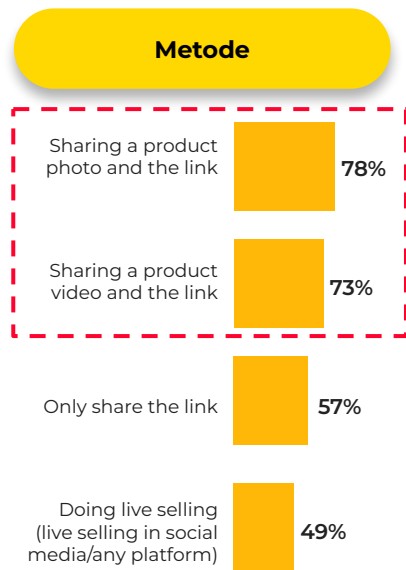
PLATFORM

Platform *affiliate marketing* yang paling sering digunakan?



Affiliate Marketing mempromosikan produk dengan membagikan link belanja ke pengikut mereka.

TikTok, Instagram, dan WhatsApp adalah platform media sosial yang paling sering digunakan untuk membagikan link belanja milik para *Affiliate Marketing*.



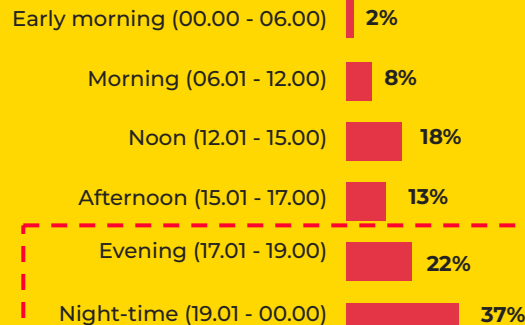
Platform untuk melakukan live selling



Kebanyakan orang menggunakan media sosial pada sore hingga malam hari.



Time to Access Social Media





PRICE

Kategori yang paling banyak dibeli melalui *affiliate marketing* adalah *fashion and beauty products*, diikuti oleh *home living, accessories and F&B*.

Category bought

N=167



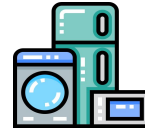
Fashion

74%



Beauty products

56%



Homeliving

50%



Accessories

43%



F&B

40%

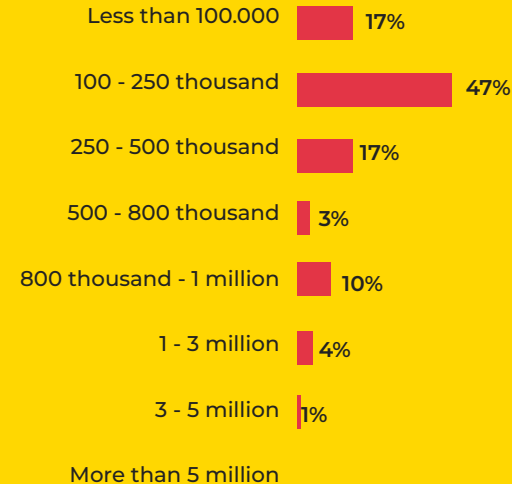


Budget pembeli belanja melalui *Affiliate Marketing* adalah 40% lebih kecil dibandingkan saat membeli langsung dari penjual. Ini terjadi karena berbagai faktor, termasuk penawaran harga yang lebih terjangkau.



Budget spend for shopping thru affiliate

N=167



Mean Score 440,719

Base: All Respondents (n=300)
U20. How much in average budget that you spend in a month for shopping through any platform?

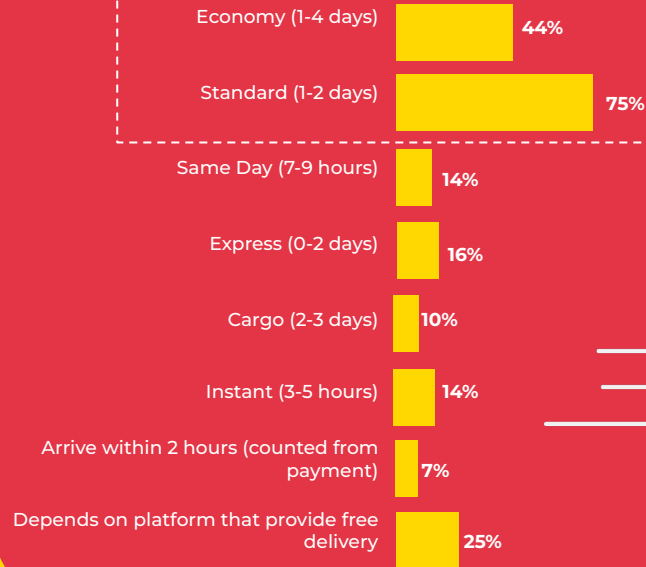
Base: All Respondents (n=167)
U22. How much in average budget that you spend in a month for shopping through affiliate marketing in one time purchase?



Performance

Pembeli lebih suka menggunakan jenis pengiriman standar yang lebih murah

Jenis Pengiriman





SUMMARY

Person

UKM percaya terhadap *affiliate marketing* yang personanya adalah orang biasa/bukan artis (80%) dan memiliki pekerjaan lain (82%).
Bagaimana cara menemukan mereka?

Platform

Ditemukan bahwa seorang *affiliate* bisa ter affiliasi dengan lebih dari 1 platform. Mereka juga kerap memasarkan link affiliasi mereka melalui social media dan live selling. Lalu **bagaimana cara memastikan bahwa platform tersebut efektif?**

Price

Lebih dari 50% pembeli sepakat bahwa barang yang mereka beli setiap pembelian melalui *affiliate* tidak lebih dari 250.000 meliputi 3 kategori teratas yaitu: fashion, beauty, homeliving. Produk dengan harga terjangkau menjadi salah satu alasan penting pembelian melalui *affiliate marketing*

Performance

Pembeli membutuhkan pengiriman yang baik tetapi dengan harga yang terjangkau. Dengan banyaknya *affiliate* yang digunakan oleh UKM, layanan manajemen gudang dapat membantu pengiriman barang lebih efektif dan efisien.

Temukan partner yang tepat untuk kamu!

Live Champ

Seller Craft

Ninja Direct

Creative hub

Ninja fulfillment

Ninja Direct

Solusi pengadaan barang dan bahan baku yang nyaman, dapat diandalkan, dan terjangkau. Termasuk layanan Find for You yang siap membantu UKM mendapatkan supplier barang dan bahan baku berkualitas dari luar negeri dengan harga yang kompetitif untuk mendukung produktivitas mereka.

Ninja Creative Hub & Point Rewards

Ninja Xpress menghadirkan Ninja Studio, sebuah creative hub yang memiliki fasilitas studio live selling, studio foto, hingga working space yang dapat digunakan oleh UKM.

Ninja Xpress juga menghadirkan program loyalitas lewat Ninja Xpress Seller Booster, dimana shipper dapat memperoleh poin yang dapat ditukarkan dengan hadiah menarik dan layanan eksklusif seperti:

- Foto & Video Produk : Membuatkan foto dan video produk secara profesional untuk shipper
- Live selling studio & konten : Membantu shipper untuk dapat melakukan Live Selling, mulai menyediakan studio hingga host
- Endorsement : Membantu para shipper untuk dapat berkolaborasi dengan KOL/influencer

Gabung menjadi shipper ninja xpress sekarang dan dapatkan berbagai fasilitas gratis

Ninja Fulfillment

Untuk membantu UKM agar dapat menghemat biaya operasional bisnis, khususnya dalam pengelolaan barang, Ninja Fulfillment hadir menyediakan one-stop solution pengelolaan barang dari awal hingga akhir sampai ke pelanggan menggunakan teknologi pengelolaan storage dan inventori dengan akurasi tinggi dan pilihan 3PL yang terkurasi.

Terdapat dua jenis layanan Ninja Fulfillment yang fleksibel dan dapat disesuaikan yaitu layanan

standard services
(B2C dan B2B)

value added services

untuk kontrol kualitas penerimaan barang yang lebih ditingkatkan, penghitungan stok *real time*, *bundling package*, *custom package*, hingga *labelling*

Thank You!

