

**STRATEGI PENGELOLAAN AFILIATOR DALAM RANGKA
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KESEHATAN
(Studi Kasus pada PT Dia Wellness Lestari)**

TUGAS AKHIR



ELIZA ANA MERISSA

1211001066

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

**STRATEGI PENGELOLAAN AFILIATOR DALAM RANGKA
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KESEHATAN
(Studi Kasus pada PT Dia Wellness Lestari)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



ELIZA ANA MERISSA

1211001066

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Eliza Ana Merissa

NIM : 1211001066

Tanda Tangan : 

Tanggal : 1 September 2025

HALAMAN PENGESAHAN

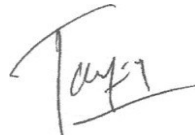
Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Eliza Ana Merissa
N IM : 1211001066
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Strategi Pengelolaan Afiliator Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Produk Kesehatan (Studi Kasus pada PT Dia Wellness Lestari)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing :



Prof. M. Taufiq Amir. SE., MM., Ph.

Penguji 1



Arief Bimantorö Suharko, Ph.D

Penguji 2 :



Dominica A. Widyastuti, SE., M.M

Ditetapkan di : Jakarta

Tangga; : 8 September 2025

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan karuni-Nya, Penulisan dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Strategi Pengelolaan Afiliator dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Produk Kesehatan Studi Kasus pada PT Dia Wellness Lestari. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh Karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah mencurahkan rahmat dan karuniaNya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan masa perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir ini dengan baik
2. Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie sekaligus selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
3. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan serta kepercayaan kepada penulis dapat menyelesaikan perkuliahan hingga penulisan skripsi
4. Seluruh kakak penulis yang memberikan semangat serta dukungan hingga penulis bisa untuk terus maju dan berjuang menyelesaikan masa studi perkuliahan hingga berakhirnya penyusunan skripsi
5. Kepada PT Dia Wellness Lestari sebagai tempat penelitian skripsi ini dilakukan, dan sudah memberikan penulis akses untuk seluruh kebutuhan dalam penyusunan skripsi ini. Dan juga kepada seluruh anggota full team Diawell yang banyak memberikan pembelajaran serta dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kepada Eliyana, Fanny, Raihan, Adinda Putri selaku teman penulis selama masa perkuliahan dari semester 1 hingga akhir masa studi, terima kasih atas kerjasama dan dukungan yang saling menguatkan untuk bisa melewati dunia perkuliahan bersama-sama tanpa adanya rasa persaingan.
7. Kepada anggota grup “sunrise academy” Audy, Jesica, Ninit, Nandut, dan Fathur yang sudah menemani dari perkuliahan semester 6 hingga akhir dengan penuh keseruan juga

selalu memberikan *support* dan kepercayaan kepada penulis semasa penyusunan skripsi.

8. Kepada teman-teman HMM angkatan 2021 yang juga banyak memberikan dukungan serta kebersamaan melewati masa jabatan yang penuh dengan pembelajaran yang patut untuk diapresiasi.
9. Kepada 2 teman penulis, Siti Mardhiyah dan Selvin Gulo yang secara langsung membantu penulis dalam penyusunan skripsi baik secara dukungan mental maupun dalam berdiskusi.
10. Kepada Teman-teman SMP penulis yang hingga saat ini masih menjaga hubungan pertemanan dengan baik Adinda Salsabila, Elva Cellia, Sahda Rucita yang selalu bersedia menemani penulis dan memberikan support penuh serta doa agar penulis bisa melewati persoalan dalam penyusunan skripsi.
11. Kepada Rebecca Destriana Sirait, Selaku sahabat penulis yang selalu menemani penulis dalam suka maupun duka dalam menjalani dunia perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
12. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis tuliskan satu per satu namanya, terima kasih atas doa dan dukungan kepada penulis baik secara verbal maupun non verbal, terima kasih juga kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini sebagai narasumber wawancara.

*“Blessed is the man who trusts in the LORD, whose hope is in the LORD!
He will be like a tree planted by the waters, which sends out its roots by the stream,
and will not fear when heat comes, but whose leaves will remain green, and will not
be anxious in a year of drought, and will not cease to yield fruit.”*

Jeremiah 17:7-8

Jakarta, 1 September 2025



(Eliza Ana Merissa)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Eliza Ana Merissa
NIM : 1211001066
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Strategi Pengelolaan Afiliator Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Produk Kesehatan Studi Kasus Pada PT Dia Wellness Lestari”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 1 September 2025

Yang menyatakan



(Eliza Ana Merissa)

STRATEGI PENGELOLAAN AFILIATOR DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KESEHATAN (Studi Kasus pada PT Dia Wellness Lestari)

Eliza Ana Merissa

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan afiliator dalam rangka meningkatkan penjualan produk kesehatan pada PT Dia Wellness Lestari melalui program *Shopee Affiliate*, dengan fokus pada penerapan teori *Channel Management* dan *Integrated Marketing Communication (IMC)*. PT Dia Wellness Lestari merupakan bisnis *niche market* yang menargetkan konsumen penderita diabetes. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan pihak marketing, afiliator, dan konsumen, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi internal perusahaan, literatur akademik, dan publikasi terkait. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan afiliator dilakukan melalui seleksi berbasis tujuan (peningkatan *awareness* atau penjualan), penawaran komisi tinggi (20%), pemberian sampel produk gratis, serta program bonus berbasis kinerja. Faktor pendukung keberhasilan meliputi insentif kompetitif, relevansi produk dengan kebutuhan konsumen, dan reputasi merek di pasar *niche*. Hambatan yang dihadapi mencakup minimnya arahan konten, ketiadaan evaluasi terstruktur, serta rendahnya tingkat penerimaan undangan kerja sama. Program *Shopee Affiliate* berkontribusi terhadap peningkatan penjualan sebesar 10–15% per bulan.

Penelitian ini merekomendasikan pembentukan tim khusus pengelolaan afiliator, penyusunan panduan konten yang konsisten dengan nilai merek, optimalisasi program insentif, dan peningkatan retensi afiliator berkinerja tinggi. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku bisnis *niche market* dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital berbasis afiliasi secara efektif.

Kata kunci: *Affiliate Marketing, Channel Management, Integrated Marketing Communication, Niche Market*, Penjualan Produk Kesehatan.

AFFILIATE MANAGEMENT STRATEGIES TO INCREASE HEALTH PRODUCT SALES (Case Study at PT Dia Wellness Lestari)

Eliza Ana Merissa

ABSTRACT

This study aims to analyze the affiliate management strategy to increase health product sales at PT Dia Wellness Lestari through the Shopee Affiliate program, focusing on the application of Channel Management and Integrated Marketing Communication (IMC) theories. PT Dia Wellness Lestari operates in a niche market targeting consumers with diabetes. This research uses a qualitative method with a case study approach. Primary data were obtained through interviews with the marketing team, affiliates, and consumers, while secondary data were gathered from internal company documentation, academic literature, and related publications. Data analysis employed the Miles and Huberman model, consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results show that affiliate management strategies are implemented through goal-based selection (brand awareness or sales improvement), offering a high commission rate (20%), providing free product samples, and implementing performance-based bonus programs. Supporting factors include competitive incentives, product relevance to consumer needs, and brand reputation in the niche market. The main challenges faced are the lack of content guidance, absence of a structured evaluation system, and low acceptance rate of collaboration invitations. The Shopee Affiliate program contributed to a 10–15% increase in monthly sales.

This study recommends establishing a dedicated affiliate management team, developing standardized content guidelines aligned with brand values, optimizing incentive programs, and improving the retention of high-performing affiliates. These findings are expected to serve as a reference for niche market businesses in effectively implementing digital marketing strategies based on affiliate programs.

Keywords: *Affiliate Marketing, Channel Management, Integrated Marketing Communication, Niche Market, Health Product Sales.*

DAFTAR ISI

STRATEGI PENGELOLAAN AFILIATOR DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KESEHATAN (Studi Kasus pada PT Dia Wellness Lestari)...	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Affiliate Marketing</i>.....	10
2.2 <i>Niche Market</i>.....	11
2.3 Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communications Theory</i>) IMC	11
2.4 Teori Pengelolaan Distribusi (<i>Channel Management Theory</i>)	14
2.5 Peningkatan Penjualan.....	15
2.6 Kerangka Pemikiran Penelitian	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	17

3.1 Desain dan Pendekatan	17
3.2 Subjek dan Objek	17
3.3 Metode Pengumpulan data	17
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	24
4.2 Hasil Penelitian.....	24
4.2.1 Upaya PT Diawell menarik perhatian, menjalin, dan mempertahankan hubungan kerja sama dengan <i>affiliator</i>	24
4.2.2 Faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi pemasaran digital melalui Shopee <i>Affiliate</i> di PT Dia Wellness Lestari.....	28
4.2.3 Dampak program affiliate terhadap peningkatan penjualan di PT Diawell.....	32
4.3 Pembahasan.....	33
4.3.1 <i>Channel Management</i> (Pengelolaan Mitra).....	33
4.3.2 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Kesimpulan.....	36
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA.....	42
Lampiran 1. Transkrip Wawancara Marketing Diawell.....	45
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Afiliator Diawell	52
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Konsumen Diawell.....	60
Lampiran 4. Dokumentasi Foto.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Segmentasi Pasar PT Dia Wellness Lestari	4
Tabel 1.2 Prevalensi Diabetes Indonesia.....	4
Tabel 1.3 Data Penjualan Shopee Affiliate PT Diawell	6
Tabel 1.4 Perbandingan Affiliate Marketing di Mass Market vs Niche Market	7
Tabel 3.1 Pedoman Wawancara	20
Tabel 4.1 Hasil Reduksi data Upaya Menarik, Menjalin, dan Mempertahankan Hubungan kerjasama Afiliate.....	24
Tabel 4.2 Hasil Reduksi Data Faktor Pendukung dan Penghambat Affiliate di PT Diawell.....	28
Tabel 4.3 Hasil Reduksi Data Dampak Program Affiliate terhadap peningkatan Penjualan di PT Diawell.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penggunaan E-commerce di Indonesia (2020 - 2024).....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung Situs E-Commerce Indonesia (September 2024).....	3
Gambar 1.3 Pertumbuhan Penjualan PT DWL (Shopee)	5
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik	18
Gambar 4.1 Undangan Affiliate PT Diawell	28
Gambar 4.2 Deskripsi produk kaos kaki diawell.....	32
Gambar 4.3 Data Kontribusi penjualan Affiliate PT Diawell	33