

INFLUENCER MARKETING

DARI PENGIKUT KE JUALAN NYATA

Disediakan oleh: Amirul Imran bin Abu Kasim

Dalam dunia digital hari ini, ramai usahawan berbelanja besar untuk iklan demi memperkukuh jenama, namun hasilnya sering tidak seperti yang diharapkan. Kenapa? Kerana pengguna semakin skeptikal terhadap iklan tradisional. Mereka lebih percaya kepada manusia sebenar, bukan jenama. Di sinilah *influencer marketing* menjadi senjata rahsia.

APA ITU INFLUENCER MARKETING?



Influencer marketing ialah strategi kerjasama antara jenama dan individu berpengaruh untuk mempromosikan produk secara lebih autentik.

Kajian oleh **Influencer Marketing Hub (2024)** menunjukkan:

- ROI purata: **\$5.78 bagi setiap \$1 dibelanjakan**
- **86% pengguna** pernah **membeli** selepas melihat cadangan influencer

([Influencer Marketing Hub, 2025](#))

Bagaimana ia berfungsi?

- Usahawan pilih *influencer* berdasarkan pengkhususan & audiens
- *Influencer* hasilkan kandungan semula jadi (*review, storytelling*)
- Audiens percaya → minat → beli

JENIS INFLUENCER & PILIHAN TEPAT

Tidak semua *influencer* sesuai untuk semua jenama:

1. Nano/Micro Influencer (1k–50k)

- Interaksi yang tinggi.
- Lebih dipercayai.
 - Sesuai untuk membina keyakinan jenama kecil & tempatan.

2. Macro/Selebriti (100k ke atas)

- Capaian luas.
- Kos tinggi.
 - Sesuai untuk meningkatkan kesedaran jenama.



Statistik: Pasaran *influencer* Asia Tenggara melebihi **USD2.1 bilion** menjelang **2025**.
([Zulkarnain, 2025](#))

💡 AMALAN TERBAIK (BEST PRACTICES)

1. Fokus Hubungan Jangka Panjang

- Jangan sekadar “1 post berbayar”.
- Pilih *influencer* yang **sepadan** nilai jenama.
- Biarkan mereka **berkongsi** pengalaman sebenar.

Kandungan autentik **meningkatkan kepercayaan** sehingga **63%**.
(Sprout Social, 2026)

2. Ukur ROI Secara Strategik

Gunakan metrik berikut:

- Kadar interaksi (*Engagement rate*)
- Kadar tukaran (*Conversion rate*)
- Trafik laman web
- Jualan

70% jenama kini menjejak *ROI influencer marketing*.
(Influencer Marketing Hub, 2025)

Tools & Kaedah

- Kod **diskaun** khas.
- **Pautan affiliate**.
- *UTM tracking*.
 - **Google URL Campaign Builder**.
- *Dashboard analytics*.



KAEDAH MENGGUNAKAN INFLUENCER MARKETING

- Kenal pasti objektif (*sales / awareness*).
- Pilih *influencer* yang relevan.
- Tetapkan *KPI* jelas.
- Beri kebebasan kreatif.
- Pantau & analisis hasil.

💡 Tips Untuk Hasil Maksimum

- ✓ Pilih *influencer* dengan **interaksi tinggi**, bukan sekadar ramai pengikut.
- ✓ **Elak** terlalu “hard sell”
- ✓ Gunakan **storytelling** (*before-after*, pengalaman sebenar)
- ✓ **Uji** beberapa *influencer* serentak
- ✓ Fokus **pengkhususan** (contoh: kopi → *coffee influencer*)

KESIMPULAN

Influencer marketing bukan sekadar *trend*, ia strategi pemasaran moden yang terbukti berkesan. Jika dilakukan dengan betul, anda bukan sahaja mendapat perhatian, tetapi juga kepercayaan dan jualan.

Adakah anda masih bergantung pada iklan biasa, atau sudah bersedia membina pengaruh sebenar?



SUMBER RUJUKAN

Zulkarnain D.Y. (2025, December 26). *14+ Influencer Marketing Statistics In 2025 (Graphs)*. AWISEE.com - Link Building Agency.
<https://awisee.com/blog/influencer-marketing-statistics/>

Influencer Marketing Hub. (2025, April 25). *Influencer Marketing Benchmark Report 2025*. Influencer Marketing Hub.
<https://influencemarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report/>

Sprout Social. (2026, March 11). *What is influencer marketing: How to develop your strategy*. Sprout Social.
<https://sproutsocial.com/insights/influencer-marketing/>