

AFFILIATE MARKETING

Dosen Mata Kuliah:

Wartariyus S.Kom, M.T.I.



Disusun Oleh

Melva Aura Puri

2313025048

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMPUNG

2025

Tema ke 3 Tugas Pribadi/Mandiri :

Tema : Affiliate Marketing

Ketentuan tugas :

1. Setiap mahasiswa mendapat satu tema untuk dikerjakan dalam bentuk word/pdf
2. Diutamakan menggunakan data dalam bentuk photo atau video (dengan menjelaskan isi yang ingin disampaikan dari photo atau video tersebut)
3. Dibuat PPT
4. Di uploud/share ke VClass dan Google Drive (tidak boleh plagiat)
5. Jika terjadi Plagiat untuk tugas yang dihasilkan maka Nilai secara otomatis dapat E

Terima kasih

Jawab beberapa pertanyaan terkait materi pokok "Affiliate Marketing" dengan submateri yang diminta:

1. Sebutkan dan jelaskan model pembayaran yang umum digunakan dalam *Affiliate Marketing*.
2. Apa perbedaan antara model *Pay Per Sale*, *Pay Per Click*, dan *Pay Per Lead*?
3. Mengapa beberapa program afiliasi lebih memilih menggunakan model *Pay Per Sale* dibandingkan model lainnya?
4. Apa saja jenis-jenis *Affiliate Marketing* yang umum digunakan?
5. Bagaimana cara influencer memanfaatkan *Affiliate Marketing* untuk mendapatkan penghasilan?
6. Mengapa pemasaran berbasis ulasan produk menjadi efektif dalam *Affiliate Marketing*?
7. Bagaimana cara memilih produk yang tepat untuk dipromosikan dalam *Affiliate Marketing*?
8. Mengapa penting bagi afiliasi untuk memahami audiens mereka dalam menjalankan *Affiliate Marketing*?
9. Apa manfaat menggunakan SEO dalam konten *Affiliate Marketing*?
10. Sebutkan beberapa strategi untuk membangun kepercayaan audiens terhadap produk afiliasi.
11. Apa saja tantangan yang sering dihadapi oleh afiliasi dalam menjalankan *Affiliate Marketing*?
12. Mengapa persaingan dalam *Affiliate Marketing* bisa menjadi tantangan tersendiri bagi pemasar?
13. Bagaimana cara afiliasi mengatasi keterbatasan kontrol terhadap produk yang mereka promosikan?
14. Sebutkan beberapa alat bantu yang umum digunakan dalam *Affiliate Marketing*.
15. Bagaimana *Google Analytics* dapat membantu dalam pelacakan performa kampanye afiliasi?

Jawaban:

Data yang digunakan: <https://youtu.be/6Q9qYPNeCc0?si=g2Ha3OpZbEkW8FqE>

1. Model pembayaran (komisi) dalam affiliate marketing dibagi berdasarkan tindakan yang diambil oleh pelanggan dan waktu pembayaran komisi:
 - a) Pay Per Sale (PPS) / Biaya Per Penjualan:
Afiliasi hanya mendapat komisi jika mereka berhasil menjual produk atau layanan. Ini adalah model yang paling umum dan berisiko paling rendah bagi pedagang atau vendor.
 - b) Pay Per Lead (PPL) / Biaya Per Prospek:
Afiliasi dibayar untuk setiap prospek valid dan berkualitas tinggi yang mereka bawa. Tindakan yang dihitung dapat mencakup pengisian formulir, pendaftaran uji coba gratis, atau permintaan penawaran. Penjualan tidak wajib terjadi.
 - c) Pay Per Click (PPC) / Biaya Per Klik:
Afiliasi membayar untuk setiap klik yang sah pada link afiliasi yang mengarahkan pengunjung ke situs merchant. Model ini tidak terlalu populer karena mudah dimanipulasi dan berisiko tinggi bagi pedagang.

Model berdasarkan frekuensi pembayaran ditekankan pada data yang digunakan. Model ini menjelaskan jangka waktu dan pengulangan komisi:

- a) White Payment (Bayar Sekali)
Komisi hanya dibayar sekali untuk setiap transaksi atau pembelian yang berhasil. Model ini berlaku untuk sebagian besar produk fisik atau digital yang dibeli dengan bayar sekali.
- b) Recuring (Berulang)
Afiliasi mendapatkan komisi berulang (potensi pendapatan pasif) ketika pelanggan yang direkomendasikan membeli ulang atau memperpanjang layanan mereka (misalnya software atau keanggotaan).

2. Perbedaan antara model Pay Per Sale, Pay Per Click, dan Pay Per Lead. Perbedaan utama terletak pada aksi yang menghasilkan komisi:

Model	Singkatan	Aksi yang Dibayar	Keterangan
Pay Per Sale	PPS	Penjualan	Afiliasi hanya mendapatkan bayaran ketika ada transaksi pembelian produk atau layanan. Model ini biasanya digunakan dalam Affiliate Marketing.
Pay Per Lead	PPL	Prospek (<i>Lead</i>)	Afiliasi akan mendapatkan pembayaran jika berhasil mendapatkan data kontak atau

			prospek yang berkualitas, seperti pengisian formulir, pendaftaran trial, atau permintaan quote.
Pay Per Click	PPC	Klik	Afiliasi membayar untuk setiap klik yang sah pada link afiliasi yang mengarahkan pengunjung ke website merchant. Model ini berisiko tinggi bagi merchant.

3. Program afiliasi (vendor) lebih suka model Pay Per Sale (PPS) karena model ini memiliki risiko terendah. Vendor hanya dibayarkan komisi setelah pendapatan benar-benar terkumpul dari penjualan produk. Pembayaran komisi dilakukan setelah ada transaksi penjualan. Model ini juga mendorong afiliasi untuk fokus pada promosi yang benar-benar mendorong pembelian, bukan hanya menarik banyak pengunjung atau calon pembeli yang belum tentu membeli.
4. Jenis-jenis Affiliate Marketing yang umum dapat dikategorikan berdasarkan kanal yang digunakan untuk promosi, yang sangat ditekankan dalam video sebagai sumber traffic besar:
 - a) Affiliate Media Sosial: Memanfaatkan platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook untuk membuat konten iklan yang menarik dan menarik perhatian.
 - b) Affiliate Video: Menggunakan platform seperti YouTube untuk membuat video ulasan, tutorial, atau unboxing produk secara langsung.
 - c) Affiliate Konten/Blog: Menggunakan website atau blog untuk menulis artikel yang detail, mengevaluasi produk, membandingkan barang, dan memberikan panduan yang bermanfaat.
 - d) Affiliate Email/Database: Menggunakan daftar email atau kontak di WhatsApp untuk mengirimkan penawaran secara langsung dan tepat sasaran.
5. Influencer mendapatkan penghasilan dari Affiliate Marketing dengan memanfaatkan aset utama mereka, yaitu kepercayaan dan jangkauan:
 - a) Membangun personal branding yang kuat
mereka menciptakan citra diri yang dianggap dapat dipercaya dan ahli di bidang tertentu, sehingga audiens lebih cenderung membeli produk yang mereka rekomendasikan, meskipun harganya sama dengan afiliasi lain.
 - b) Membuat konten copywriting yang menarik
influencer membuat video, foto, atau ulasan dengan bahasa atau narasi yang meyakinkan dan menarik, agar audiens tertarik mengklik tautan dan melakukan pembelian.
 - c) Demonstrasi produk
mereka menunjukkan cara menggunakan produk secara langsung (melalui ulasan) agar audiens memahami produk lebih baik dan yakin akan kualitasnya.

6. Pemasaran berbasis ulasan (review) sangat efektif karena:
 - a) Membangun Kepercayaan
ulasan yang jujur dan detail membantu memperkuat rasa percaya antara afiliasi dan pembaca. Kepercayaan sangat penting dalam proses pengambilan keputusan beli.
 - b) Menggali Pengetahuan Produk
ulasan membantu afiliasi menunjukkan pemahaman mereka tentang produk (seperti fitur, keuntungan, serta pengalaman pengguna), sehingga memperjelas informasi bagi pembeli.
 - c) Niat Beli yang Tinggi
orang yang mencari ulasan biasanya sudah berada di tahap mempertimbangkan produk, sehingga mereka lebih siap untuk membeli.
7. Memilih produk harus didasarkan pada penguasaan product knowledge dan pemahaman audiens:
 - a) Relevansi dengan Niche
pilih produk yang sesuai dengan topik yang kamu bahas atau audiens yang kamu targetkan.
 - b) Kualitas dan Manfaat:
Sebelumnya harus tahu dengan jelas apa manfaatnya bagi pembeli, fitur apa yang dimiliki produk tersebut, serta pengalaman apa yang akan didapat.
 - c) Tingkat Komisi:
pilih produk yang memiliki sistem komisi yang menguntungkan, dan pertimbangkan sistem yang berkelanjutan untuk mendapatkan penghasilan pasif.
 - d) Reputasi Vendor:
pastikan vendor produk memiliki reputasi yang baik agar tidak merusak citra diri atau brand pribadimu.
8. Penting bagi afiliasi untuk memahami audiens mereka dalam menjalankan Affiliate Marketing karena Pemahaman tentang audiens adalah inti dari kunci sukses keenam, yaitu memiliki database atau daftar yang sudah dituju. Pentingnya memahami audiens terletak pada efisiensi lalu lintas dan tingkat konversi:
 - a) Memastikan Traffic yang Berkualitas
Afiliasi yang berhasil harus membuat daftar yang tepat sasaran, artinya orang-orang dalam daftar itu benar-benar tertarik dengan produk atau kategori yang dipromosikan. Berdasarkan data yang saya gunakan, terbukti bahwa memiliki daftar yang terlalu banyak tapi tidak berkualitas (misalnya daftar yang hanya tertarik pada giveaway) tidak efektif. Meskipun ada banyak pengunjung, jika mereka tidak tertarik dengan produk yang dijual, maka tidak akan ada penjualan.
 - b) Efisiensi dan Peningkatan Konversi
Jika list atau audiens sudah tepat sasaran misalnya, 2.000 orang yang tertarik dengan dunia kuliner, maka ketika menjual produk kuliner, audiens akan langsung antusias seperti ikan yang kelaparan, meminta "jual aku, jual aku". Hal ini menunjukkan

- bahwa jika pemahaman tentang audiens sudah tepat, maka proses menutup penjualan (konversi) akan terasa mudah dan sangat efektif. Dengan promosi yang sudah tepat sasaran, afiliasi tidak perlu menghabiskan waktu dan biaya untuk menjangkau orang yang tidak tertarik dengan produk tersebut.
- c) Mendesain Penawaran yang Tepat
Memahami audiens membantu afiliasi membuat penawaran "Crazy Over" yang relevan dan sulit ditolak. Bonus yang diberikan akan tepat sasaran karena sesuai dengan kebutuhan atau keinginan spesifik audiens. Bisa membuat konten dan copywriting yang menarik jika tahu masalah dan keinginan audiens. Ini kembali membuktikan pentingnya copywriting yang telah dibahas pada kunci sukses keempat.
9. SEO adalah strategi untuk mendapatkan traffic organik dari mesin pencari (seperti Google, Bing) dan platform pencarian (seperti YouTube), dan manfaatnya meliputi:
- a) Mendapatkan Traffic Gratis dan Stabil (Pasif)
Konten blog atau video akan muncul di posisi teratas dalam hasil pencarian, mengarahkan pengunjung ke situs tanpa perlu menghabiskan uang untuk iklan secara terus-menerus.
 - b) Menargetkan Audiens dengan Intent Pembelian Tinggi
SEO fokus pada kata kunci tertentu, misalnya "review produk X terbaik". Pengunjung yang datang sudah siap untuk membeli, sehingga tingkat konversi semakin tinggi.
 - c) Membangun Otoritas dan Kepercayaan:
Muncul di peringkat atas mesin pencari membangun otoritas, yang mendukung kunci sukses Membangun Personal Branding Kuat dan meningkatkan kredibilitas produk afiliasi.
10. Kepercayaan dibangun melalui strategi utama yang dibahas dalam kunci sukses:
- a) Membangun Personal Branding yang Kuat
Menjadi seseorang yang ahli dan dapat diandalkan. Merek yang solid membuat orang mau memilih sebagai penghubung untuk berbelanja (dibandingkan dengan orang lain yang berafiliasi).
 - b) Memberikan Crazy Over (Penawaran Gila)
Memberikan tambahan manfaat yang istimewa, seperti hadiah khusus, kejutan, dan penawaran terbatas, sehingga membuat audiens merasa lebih untung jika membeli melalui link.
 - c) Kejujuran dalam Ulasan
Tidak perlu memuji produk secara berlebihan. Jika ada kelemahan produk, akui saja, karena hal itu justru membuat Anda terlihat lebih jujur dan terpercaya.
11. Tantangan utama yang dihadapi afiliasi adalah:
- a) Persaingan semakin ketat karena akses untuk menjadi afiliasi semakin mudah, sehingga jumlah pesaing menjadi sangat banyak.
 - b) Memahami skema dan sistem yang sensitif

- harus membaca dan memahami aturan serta sistem komisi dari vendor, terutama terkait dengan sistem cookies (apakah yang diakui adalah klik pertama atau klik terakhir), agar tidak terkena "sabotase link" dan menghindari kehilangan komisi.
- c) Keterbatasan kontrol atas produk: Afiliasi tidak bisa mengontrol kualitas, harga, atau layanan pelanggan (CS) dari produk yang mereka promosikan.
12. Persaingan dalam Affiliate Marketing menjadi tantangan tersendiri bagi pemasar karena akses untuk menjadi afiliasi kini sudah sangat terbuka, menyebabkan jumlah pesaing meningkat drastis. Tantangan ini semakin besar karena pada dasarnya semua afiliasi mempromosikan produk yang sama dengan harga yang sama. Oleh karena itu, persaingan tidak lagi terjadi pada kualitas produk (karena produknya sama), melainkan pada kualitas layanan dan promosi yang diberikan afiliasi. Pemasar dituntut untuk bekerja lebih keras dalam membangun personal branding yang kuat agar audiens memilih mereka, serta harus menyediakan "Crazy Over" (nilai tambah atau bonus gila) yang lebih baik dan unik daripada pesaing lainnya untuk memicu keputusan pembelian.
13. Keterbatasan dalam mengendalikan (tidak memiliki stok barang, tidak melakukan pengemasan) justru menjadi keuntungan dalam bisnis Affiliate Marketing. Untuk mengatasinya, fokuslah pada hal-hal yang bisa dikendalikan:
- a) Meningkatkan Pengetahuan Produk: Pelajari dengan detail tentang produk agar bisa menjelaskan dan memberikan dukungan terbaik kepada calon pembeli.
 - b) Membangun Kepercayaan: Fokus pada branding diri agar audiens percaya dengan rekomendasi Anda dan yakin bahwa produk yang Anda rekomendasikan adalah yang terbaik.
 - c) Menawarkan Bonus Menarik: Beri tambahan bonus yang unik dan tidak diberikan oleh afiliasi lain, sehingga link Anda menjadi alasan utama untuk membeli.
14. Alat bantu utama yang ditekankan adalah kanal untuk mendatangkan traffic dan menyebarkan link:
- a) Media Sosial seperti Tiktok, YouTube, Facebook, Instagram, WhatsApp.
 - b) Alat Traffic dan List Building seperti List email dan kontak WA (untuk membangun database tertarget).
 - c) Alat Bantu Tracking & Konversi (Umum) seperti, link shortener (untuk melacak klik) dan landing page builder (untuk membuat halaman crazy over).
15. Google Analytics (GA) penting sebagai alat bantu eksternal untuk:
- a) Pemantauan Lalu Lintas
melacak secara jelas sumber lalu lintas yang mengklik link afiliasi Anda, seperti lalu lintas dari Facebook yang lebih baik daripada dari YouTube.
 - b) Analisis Perilaku

melihat cara pengunjung berinteraksi dengan halaman atau website Anda sebelum mereka mengklik link afiliasi, seperti berapa lama mereka membaca ulasan.

c) Optimasi Strategi

menemukan konten dan saluran yang paling efektif dalam menghasilkan lalu lintas berkualitas yang memiliki potensi tinggi untuk menghasilkan konversi, sehingga Anda bisa mengatur sumber daya dengan tepat.