

## **E- COMMERCE**

Dosen Pengampu:

Wartariyus, S.Kom., M.T.I.



Disusun Oleh:

Yulianti

2313025060

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI**  
**JURUSAN PENDIDIKAN MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM**  
**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
**UNIVERSITAS LAMPUNG**  
**2025**

Link data yang diambil

<https://www.gramedia.com/best-seller/affiliate-marketing/>

**1. Sebutkan dan jelaskan model pembayaran yang umum digunakan dalam *Affiliate Marketing*.**

Jawabann

Menurut Gramedia, ada tiga model pembayaran yang paling umum digunakan dalam Affiliate Marketing:

1. Pay Per Sale (PPS)  
Afiliasi mendapat komisi ketika terjadi pembelian melalui link mereka.  
Model ini paling aman bagi perusahaan karena hanya membayar jika ada penjualan.
2. Pay Per Click (PPC)  
Pembayaran diberikan berdasarkan jumlah klik, meskipun belum tentu ada transaksi.  
Biasanya digunakan untuk meningkatkan trafik atau awareness.
3. Pay Per Lead (PPL)  
Afiliasi dibayar ketika pengguna melakukan aksi tertentu, seperti daftar akun atau isi formulir. Model ini cocok untuk bisnis yang butuh pengumpulan data calon pelanggan.

**2. Apa perbedaan antara model *Pay Per Sale*, *Pay Per Click*, dan *Pay Per Lead*?**

Jawaban

Gramedia menjelaskan bahwa perbedaan ketiganya ada pada jenis aksi yang dihargai:

1. Pay Per Sale (PPS): perusahaan hanya membayar afiliasi ketika terjadi pembelian nyata dari link yang diberikan.
2. Pay Per Click (PPC): afiliasi dibayar berdasarkan jumlah klik, meskipun belum tentu ada pembelian.
3. Pay Per Lead (PPL): komisi diberikan jika pengguna melakukan tindakan awal seperti daftar akun, isi formulir, atau meminta penawaran.

Ketiganya punya tingkat risiko yang berbeda, baik bagi afiliasi maupun bagi perusahaan.

**3. Mengapa beberapa program afiliasi lebih memilih menggunakan model *Pay Per Sale* dibandingkan model lainnya?**

Jawaban

Menurut Gramedia, PPS dianggap paling aman bagi perusahaan karena pembayaran baru dilakukan setelah ada transaksi masuk.

Artinya, setiap uang yang dikeluarkan perusahaan benar-benar sebanding dengan pendapatan yang diterima.

Model ini juga membuat perusahaan lebih yakin bahwa kontribusi afiliasi memang menghasilkan dampak langsung, bukan sekadar trafik tanpa konversi. dan usia produktif menjadi pengguna internet paling aktif setiap harinya.

#### **4. Apa saja jenis-jenis *Affiliate Marketing* yang umum digunakan?**

Jawaban

Gramedia menyebut bahwa ada beberapa bentuk afiliasi yang umum digunakan, dan semuanya disesuaikan dengan gaya konten masing-masing kreator:

- Afiliasi berbasis konten seperti artikel review, blog, atau perbandingan produk.
- Influencer affiliate, biasanya lewat Instagram, TikTok, atau YouTube.
- Afiliasi kupon/promo, yang menawarkan kode diskon untuk menarik minat pembeli.
- Email affiliate, yaitu promosi lewat newsletter.
- Situs rekomendasi/perbandingan, yang menyajikan daftar produk dengan link afiliasi.

Setiap jenis punya cara sendiri untuk menarik perhatian dan memengaruhi keputusan pembelian.

#### **5. Bagaimana cara influencer memanfaatkan *Affiliate Marketing* untuk mendapatkan penghasilan?**

Jawaban

Menurut Gramedia, influencer memanfaatkan *Affiliate Marketing* dengan membuat konten yang terasa personal, seperti review singkat, unboxing, atau rekomendasi produk yang mereka pakai sehari-hari. Mereka biasanya menaruh link afiliasi di bio, caption, atau deskripsi video agar mudah diakses.

Keunggulan influencer adalah rasa percaya dari followers. Karena kontennya terlihat alami dan dekat, rekomendasi mereka lebih mudah diikuti sehingga peluang klik dan pembelian lewat link afiliasi jadi lebih besar.

#### **6. Mengapa pemasaran berbasis ulasan produk menjadi efektif dalam *Affiliate Marketing*?**

Jawaban

Menurut Gramedia, ulasan produk itu jadi sangat efektif karena orang bisa melihat bagaimana barang tersebut dipakai secara nyata oleh pengguna lain. Bukan cuma promosi atau klaim dari brand, tapi pengalaman yang benar-benar terjadi. Ketika sebuah review menjelaskan apa kelebihanannya, apa kekurangannya, dan bagaimana hasilnya saat dipakai, pembaca merasa informasi itu lebih jujur dan bisa dipercaya.

Sekarang banyak orang memang lebih percaya sama pendapat pengguna lain sebelum memutuskan beli sesuatu. Karena itu, ulasan sering jadi bahan pertimbangan utama dan punya pengaruh besar dalam keputusan pembelian.

## **7. Bagaimana cara memilih produk yang tepat untuk dipromosikan dalam *Affiliate Marketing*?**

Jawaban

Menurut Gramedia, pemilihan produk yang tepat sangat berpengaruh pada keberhasilan afiliasi. Produk sebaiknya dipilih berdasarkan kecocokan dengan niche, sehingga sesuai dengan karakter audiens yang dituju. Selain itu, penting memastikan bahwa produk tersebut dibutuhkan oleh audiens dan memiliki reputasi yang baik, agar promosi lebih meyakinkan.

Gramedia juga menyarankan memilih produk dengan komisi yang jelas dan transparan. Jika memungkinkan, gunakan atau coba produknya terlebih dahulu, sehingga ulasan yang diberikan lebih alami dan dapat meningkatkan kepercayaan pembaca. Mudah diterima tanpa terlihat memaksa.

## **8. Mengapa penting bagi afiliasi untuk memahami audiens mereka dalam menjalankan *Affiliate Marketing*?**

Jawaban

Menurut Gramedia, memahami audiens itu penting karena setiap kelompok pembaca punya kebutuhan dan cara berpikir yang berbeda. Saat afiliasi tahu apa yang biasanya dicari atau disukai audiensnya, mereka bisa memilih produk yang benar-benar relevan. Dampaknya, rekomendasi yang diberikan terasa lebih pas dan tidak seperti promosi yang dipaksakan.

Selain itu, pemahaman audiens membuat gaya penyampaiannya juga lebih tepat, baik dari cara menulis, jenis konten, maupun contoh yang digunakan. Hal ini membantu membangun kepercayaan, yang akhirnya berpengaruh pada meningkatnya klik dan peluang pembelian melalui link afiliasi.

## **9. Apa manfaat menggunakan SEO dalam konten *Affiliate Marketing*?**

Jawaban

Menurut Gramedia, penggunaan SEO membantu konten afiliasi lebih mudah ditemukan di mesin pencari. Ketika artikel atau review berada di posisi yang baik di Google, jumlah pengunjung yang datang secara alami ikut meningkat. Trafik organik seperti ini penting karena bisa berjalan terus tanpa perlu biaya promosi.

Selain itu, SEO membuat konten punya umur yang lebih panjang. Selama kata kunci dan topiknya relevan, konten bisa terus mendatangkan pengunjung dan membuka peluang klik pada link afiliasi, meski sudah lama dipublikasikan. Hal ini tentu membantu afiliasi mendapatkan hasil yang lebih stabil dari waktu ke waktu.

## **10. Sebutkan beberapa strategi untuk membangun kepercayaan audiens terhadap produk afiliasi**

Jawaban

Menurut Gramedia, ada beberapa cara yang bisa dilakukan afiliasi untuk membuat audiens merasa yakin dengan produk yang dipromosikan:

1. Memberikan ulasan yang jujur.  
Bukan hanya memuji, tetapi juga menyampaikan hal-hal yang perlu diperhatikan. Sikap terbuka seperti ini biasanya membuat audiens lebih percaya.
2. Menunjukkan pengalaman pribadi.  
Ketika afiliasi benar-benar mencoba produknya, penjelasan yang diberikan terasa lebih alami dan tidak seperti promosi yang dibuat-buat.
3. Menggunakan bukti visual.  
Foto atau video penggunaan bisa membantu audiens melihat kondisi produk secara nyata.
4. Transparan soal link afiliasi.  
Menyampaikan bahwa link yang digunakan adalah link afiliasi justru membuat promosi terlihat lebih profesional karena tidak ada yang ditutupi.
5. Memilih produk yang sesuai dengan audiens.  
Ketika produk yang dipromosikan pas dengan kebutuhan pembaca, rekomendasinya terasa lebih masuk akal dan tidak memaksa.

Dengan menerapkan strategi ini, afiliasi bisa membangun hubungan yang lebih baik dengan audiens dan membuat mereka lebih percaya terhadap rekomendasi yang diberikan.

### **11. Apa saja tantangan yang sering dihadapi oleh afiliasi dalam menjalankan *Affiliate Marketing*?**

Jawaban

Menurut Gramedia, ada beberapa tantangan yang umumnya dihadapi afiliasi ketika menjalankan program Affiliate Marketing, terutama karena mereka tidak mengontrol seluruh proses penjualan. Beberapa tantangan tersebut antara lain:

1. Persaingan yang tinggi.  
Banyak afiliasi mempromosikan produk yang sama, sehingga konten harus benar-benar menarik supaya bisa menonjol.
2. Perubahan algoritma.  
Baik di media sosial maupun mesin pencari, perubahan algoritma bisa memengaruhi jangkauan konten dan jumlah klik.
3. Komisi yang tidak selalu besar.  
Untuk beberapa kategori produk, komisinya cukup kecil sehingga afiliasi harus bekerja lebih keras agar hasilnya terasa.
4. Ketergantungan pada kualitas merchant.  
Afiliasi tidak bisa mengatur stok, kualitas produk, atau proses pengiriman. Jika ada masalah di pihak merchant, afiliasi kadang ikut terkena imbasnya.
5. Sulit membangun kepercayaan di awal.  
Audiens baru belum tentu langsung percaya, sehingga butuh waktu untuk membangun reputasi sebagai pemberi rekomendasi yang dapat diandalkan.

Tantangan-tantangan ini membuat afiliasi perlu konsisten, kreatif, dan adaptif agar tetap bisa bersaing dan menghasilkan pendapatan.

## **12. Mengapa persaingan dalam *Affiliate Marketing* bisa menjadi tantangan tersendiri bagi pemasar?**

Jawaban

Menurut Gramedia, persaingan dalam *Affiliate Marketing* menjadi tantangan karena banyak afiliasi mempromosikan produk yang sama, terutama produk yang sedang populer.

Akibatnya, konten yang beredar di berbagai platform sering terlihat mirip, sehingga sulit menarik perhatian audiens.

Selain itu, audiens sekarang lebih selektif. Mereka hanya mengikuti rekomendasi dari afiliasi yang dianggap kredibel dan mampu memberikan informasi yang benar-benar membantu. Hal ini membuat pemasar harus lebih kreatif dalam menyampaikan konten agar berbeda dari yang lain. Persaingan yang ketat ini juga menuntut afiliasi untuk terus beradaptasi, baik dari cara membuat konten, memanfaatkan platform baru, hingga menjaga hubungan baik dengan audiens.

## **13. Bagaimana cara afiliasi mengatasi keterbatasan kontrol terhadap produk yang mereka promosikan?**

Jawaban

Menurut Gramedia, afiliasi memang tidak punya kendali langsung atas kualitas produk, stok, atau proses pengiriman. Namun, ada beberapa cara yang bisa dilakukan agar keterbatasan ini tidak berdampak buruk pada kepercayaan audiens:

1. Memilih merchant yang terpercaya.  
Dengan bekerjasama dengan brand atau toko yang reputasinya baik, risiko masalah seperti pengiriman lambat atau produk tidak sesuai bisa lebih kecil.
2. Memberikan informasi yang jujur.  
Afiliasi bisa menyampaikan kelebihan dan kekurangan produk secara apa adanya. Sikap terbuka seperti ini membuat audiens tetap percaya, meskipun afiliasi tidak mengontrol produk sepenuhnya.
3. Fokus pada pengalaman pribadi.  
Jika afiliasi pernah mencoba produknya, mereka bisa berbagi pengalaman tanpa perlu bergantung pada penjelasan dari merchant.
4. Menanggapi komentar dan pertanyaan audiens.  
Meski tidak bisa mengatur kualitas produk, afiliasi tetap bisa membantu menjelaskan atau memberi saran ketika audiens mengalami kendala.
5. Menghindari janji yang berlebihan.  
Afiliasi sebaiknya tidak memberikan klaim yang tidak bisa mereka pastikan. Dengan begitu, audiens tidak merasa dibohongi jika ada kekurangan pada produk.

Dengan cara ini, afiliasi tetap bisa menjaga kepercayaan audiens meskipun tidak mengontrol semua aspek dari produk yang dipromosikan.

#### **14. Sebutkan beberapa alat bantu yang umum digunakan dalam *Affiliate Marketing*.**

Jawaban

Menurut Gramedia, ada beberapa alat bantu yang sering digunakan afiliasi untuk mempermudah pekerjaan mereka dan memantau hasil promosi:

1. Google Analytics untuk melihat trafik, perilaku pengunjung, dan performa halaman yang berisi link afiliasi.
2. Dashboard afiliasi (seperti Tokopedia, Shopee, atau Gramedia Affiliate) tempat mengecek klik, konversi, dan komisi.
3. Link shortener (misalnya Bitly atau Rebrandly) membuat link lebih rapi dan mudah dibagikan.
4. SEO tools digunakan untuk mencari kata kunci yang tepat agar konten lebih mudah ditemukan.
5. Aplikasi desain seperti Canva membantu membuat visual promosi yang lebih menarik.

Alat-alat ini membantu afiliasi bekerja lebih efisien dan memahami strategi mana yang paling efektif untuk menarik audiens.

#### **15. Bagaimana *Google Analytics* dapat membantu dalam pelacakan performa kampanye afiliasi?**

Jawaban

Menurut Gramedia, Google Analytics sangat membantu afiliasi karena memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana orang menemukan dan berinteraksi dengan konten yang berisi link afiliasi. Dengan alat ini, afiliasi bisa melihat:

1. Asal trafik apakah pengunjung datang dari media sosial, mesin pencari, atau platform lain.
2. Halaman yang paling efektif halaman atau artikel mana yang paling sering mendatangkan klik menuju link afiliasi.
3. Perilaku pengunjung berapa lama mereka membaca, halaman apa yang dibuka, dan di bagian mana mereka keluar.
4. Perubahan performa dari waktu ke waktu sehingga afiliasi tahu konten mana yang perlu diperbaiki atau diperbarui.

Informasi ini membantu afiliasi mengukur efektivitas strategi mereka dan menentukan langkah selanjutnya agar kampanye afiliasi berjalan lebih optimal.