

E-COMMERCE

Dosen Pengampu

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



Oleh:

Nama : Selara Waruwu
NPM : 2313025064
Kelas : PTI 23 B

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI

FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

UNIVERSITAS LAMPUNG

2025



Gambar tersebut menunjukkan alur kerja dasar dalam Affiliate Marketing. Prosesnya dimulai ketika seorang afiliasi menempatkan link afiliasi pada website atau media lain. Ketika pelanggan mengklik link tersebut dan melakukan pembelian, sistem afiliasi akan melacak transaksi melalui mekanisme tracking khusus. Jika pembeliannya tercatat sebagai konversi yang valid, maka afiliasi akan menerima komisi dari penjualan tersebut. Dengan demikian, gambar ini menggambarkan siklus lengkap mulai dari promosi link hingga afiliasi mendapatkan komisi.

JAWABAN

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

Jawab:

Menurut Ecomobi (2023), terdapat beberapa model pembayaran yang umum digunakan dalam affiliate marketing, yaitu:

- a. CPC (Cost Per Click). Artinya komisi akan diberikan kepada afiliasi setiap kali pengguna mengklik link afiliasi, tanpa perlu melakukan tindak lanjut seperti pembelian atau pendaftaran
- b. CPM (Cost Per Mille). Afiliasi akan dibayar berdasarkan 1.000 tayangan iklan. Cocok untuk kampanye yang berfokus pada peningkatan brand awareness
- c. CPA (Cost Per Action/Acquisition). Afiliasi mendapatkan komisi ketika pengguna melakukan tindakan tertentu, seperti mengisiformulir, mendaftar akun, atau melakukan pembelian
- d. CPL (Cost Per Lead). Komisi diberikan ketika afiliasi menghasilkan lead, yaitu calon pelanggan yang memberikan informasi seperti email atau nomor telepon

- e. CPS (Cost Per Sale). Komisi akan diberikan kepada afiliasi setiap kali terjadi penjualan melalui link afiliasi. Model ini paling sering digunakan dalam e-commerce
- f. CPI (Cost Per Install). Afiliasi mendapatkan komisi untuk setiap kali instalasi aplikasi yang digunakan melalui link afiliasi. Umumnya digunakan pada kampanye aplikasi mobile
- g. CPO (Cost Per Order). Komisi diberikan berdasarkan jumlah pesanan yang masuk melalui link afiliasi, meskipun pesanan tersebut belum tentu dibayar oleh pelanggan
- h. CPV (Cost Per View). Afiliasi dibayar berdasarkan jumlah tayangan pada iklan video, biasanya digunakan pada platform seperti YouTube atau Facebook

Sumber: <https://ecomobi.com/id/model-pembayaran-affiliate-marketing/>

2. Apa perbedaan antara model Pay per sale, pay per click dan pay per lead?

Jawab

Menurut Ecomobi (2023), perbedaan utama dari ketiga model pembayaran ini terletak pada jenis tindakan pengguna yang dihitung sebagai dasar pemberian komisi:

- Pay Per Sale (PPS / CPS).

Model ini memberikan komisi kepada afiliasi hanya ketika terjadi penjualan melalui link afiliasi. Artinya, pengguna harus benar-benar membeli produk agar afiliasi mendapatkan komisi.

- Pay Per Click (PPC / CPC)

Pada model ini, afiliasi dibayar setiap kali pengguna mengklik link afiliasi, tanpa harus melakukan pembelian atau tindakan lanjutan lainnya. Komisi dihitung berdasarkan jumlah klik.

- Pay Per Lead (PPL / CPL)

Model PPL memberikan komisi ketika pengguna melakukan tindakan yang menghasilkan lead, seperti mengisi formulir pendaftaran, memasukkan email, atau memberikan informasi kontak.

Sumber: <https://ecomobi.com/id/model-pembayaran-affiliate-marketing/>

3. Mengapa beberapa program afiliasi lebih memilih menggunakan model pay per sale dibandingkan model lainnya?

Jawab:

Menurut Next Digital (2023), banyak program afiliasi memilih model Pay Per Sale (PPS) karena model ini dianggap lebih aman dan efisien bagi pengiklan. Dalam PPS, komisi hanya diberikan ketika terjadi penjualan nyata, sehingga biaya yang dikeluarkan benar-benar sebanding dengan pendapatan yang diperoleh. Dengan demikian, risiko pengeluaran untuk klik atau lead yang tidak menghasilkan konversi dapat diminimalkan. Selain itu, model PPS membuat pengiklan lebih mudah menghitung return on investment (ROI) karena setiap komisi langsung berkaitan dengan transaksi yang valid.

Sumber: <https://nextdigital.co.id/pay-per-sale-adalah/>

4. Apa saja jenis-jenis Affiliate Maketing yang umum digunakan?

Jawab

Menurut Redcomm, jenis-jenis affiliate marketing yang sering digunakan yaitu:

- a. Pay Per Sale (PPS). Afiliasi mendapatkan komisi hanya ketika terjadi pembelian melalui link afiliasi.
- b. Pay Per Click (PPC). Komisi diberikan berdasarkan jumlah klik pada link afiliasi, meskipun tidak ada pembelian.
- c. Pay Per Lead (PPL). Komisi diperoleh ketika pengguna melakukan tindakan tertentu seperti mendaftar atau mengisi formulir.
- d. Two-Tier Affiliate Marketing. Afiliasi mendapat komisi tidak hanya dari penjualan sendiri, tetapi juga dari afiliasi lain yang mereka rekrut.
- e. Multi-Level Marketing (MLM). Struktur berjenjang di mana afiliasi merekrut afiliasi lain, dan komisi dihitung berdasarkan penjualan tim yang lebih besar.
- f. Afiliasi dengan Influencer. Influencer menggunakan platform media sosial mereka untuk mempromosikan produk melalui link afiliasi.
- g. Affiliate Marketing via Email. Kampanye email mengandung link afiliasi, misalnya di newsletter atau email promosi untuk menjangkau audiens secara langsung.

Sumber: <https://redcomm.co.id/knowledges/affiliate-marketing-dan-jenisnya>

5. Bagaimana cara influencer memanfaatkan affiliate marketing untuk mendapatkan penghasilan?

Jawab

Influencer memanfaatkan affiliate marketing dengan mengintegrasikan tautan afiliasi ke dalam konten yang mereka bagikan, seperti ulasan produk, posting informatif, dan siaran langsung (live streaming). Berdasarkan penelitian Lestari & Hakim (2025) dalam Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING), strategi influencer review dan live streaming terbukti mampu meningkatkan minat beli audiens. Ketika audiens membeli melalui link afiliasi tersebut, influencer memperoleh komisi dari setiap transaksi yang berhasil.

Maghfiroh & Abadi (2025) dalam Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi juga menunjukkan bahwa TikTok Affiliate Marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Konten yang menarik, bersifat viral, dan dipadukan dengan harga produk yang kompetitif membuat audiens lebih terdorong untuk melakukan pembelian melalui link afiliasi. Dengan demikian, influencer dapat menghasilkan pendapatan dengan memanfaatkan kepercayaan, engagement, serta kekuatan konten kreatif mereka untuk mendorong terjadinya transaksi melalui tautan afiliasi yang mereka bagikan.

Sumber: <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/17277/10846>
<https://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/1249/938>

6. Mengapa pemasaran berbasis ulasan produk menjadi efektif dalam affiliate marketing?

Jawab:

Pemasaran berbasis ulasan produk menjadi efektif dalam affiliate marketing karena ulasan mampu membangun kepercayaan, persepsi kualitas, dan keyakinan pembelian pada audiens. Menurut penelitian Lestari & Hakim (2025) dalam Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING), konten ulasan yang dibuat influencer, baik dalam bentuk review langsung maupun melalui live streaming, secara signifikan meningkatkan minat beli karena audiens menilai ulasan tersebut sebagai informasi yang lebih jujur, relevan, dan mudah dipahami dibandingkan promosi iklan biasa.

Maghfiroh & Abadi (2025) menjelaskan bahwa yang menunjukkan bahwa konten pemasaran berbasis rekomendasi dan review pada TikTok Affiliate Marketing dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ulasan produk yang bersifat autentik, viral, dan disampaikan oleh figur yang dipercaya memberi dorongan kuat bagi audiens untuk membeli melalui link afiliasi.

Dengan demikian, efektivitas ulasan produk dalam affiliate marketing muncul karena ulasan menciptakan trust, memberikan informasi yang meyakinkan, serta meningkatkan kemungkinan audiens melakukan pembelian melalui tautan afiliasi.

Sumber: <https://journal.ipm2kpe.or.id/index.php/COSTING/article/view/17277/10846>
dan <https://jurnal.feb-umi.id/index.php/PARADOKS/article/view/1249/938>

7. Bagaimana cara memilih produk yang tepat untuk dipromosikan dalam affiliate marketing?

Jawab

Produk afiliasi dipilih dengan memastikan bahwa produk tersebut relevan dengan niche atau tema konten yang kamu buat, sehingga lebih sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens. Selain itu, penting memilih produk dengan kualitas yang baik, memiliki ulasan positif, dan berasal dari brand terpercaya agar promosi yang dilakukan tetap kredibel. Besaran komisi, tingkat permintaan produk, serta kecocokan produk dengan gaya atau penggunaan pribadi juga menjadi pertimbangan penting agar promosi terasa lebih natural dan meningkatkan peluang konversi.

Sumber: <https://ejurnal.uhn.ac.id/index.php/jabn/article/view/2899/1405>

8. Mengapa penting bagi afiliasi untuk memahami audiens mereka dalam menjalankan affiliate marketing?

Jawab

Memahami audiens sangat penting bagi afiliasi karena memungkinkan mereka menyesuaikan strategi promosi dengan perilaku dan karakteristik konsumen. Dengan memahami apa yang disukai dan bagaimana pengikut bereaksi, afiliasi dapat memilih produk yang relevan dan menyampaikan promosi dengan gaya yang tepat, meningkatkan

kepercayaan dan keterlibatan. Hal ini akan meningkatkan kemungkinan audiens melakukan pembelian melalui link afiliasi, karena pendekatannya terasa lebih personal dan otentik.

Sumber: <https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jubis/article/view/2649/784>

9. Apa manfaat menggunakan SEO dalam konten affiliate marketing?

Jawab

- Meningkatkan visibilitas karena konten yang dioptimalkan SEO lebih mudah muncul di halaman atas mesin pencari.
- Meningkatkan click-through rate (CTR) karena posisi yang lebih tinggi membuat lebih banyak pengguna mengklik halaman afiliasi.
- Mendatangkan traffic yang tertarget, yaitu pengunjung yang memang sedang mencari produk atau informasi terkait, sehingga peluang konversi lebih besar.
- Mengurangi biaya pemasaran, sebab SEO dapat mendatangkan pengunjung secara organik tanpa biaya iklan berulang.
- Memberikan hasil jangka panjang, karena konten yang sudah memperoleh peringkat baik dapat terus mendatangkan traffic selama tetap relevan.
- Meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas, karena situs yang berada di peringkat atas lebih dipercaya oleh pengguna.
- Mendukung strategi pemasaran lainnya, seperti email marketing dan content marketing, melalui peningkatan jumlah pengunjung organik.

Sumber: https://www.hostinger.com/uk/tutorials/affiliate-marketing-seo-tips#Why_SEO_matters_for_affiliate_marketers

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

Jawab

- Memberikan ulasan yang jujur dan transparan tentang produk.
- Menampilkan pengalaman pribadi atau hasil penggunaan produk secara nyata.
- Menggunakan bukti pendukung seperti foto, video, atau testimoni autentik.
- Menawarkan konten edukatif yang membantu audiens memahami manfaat produk.
- Memilih produk yang relevan dan sesuai kebutuhan audiens.
- Konsisten dalam gaya komunikasi dan kualitas konten.
- Menghindari klaim berlebihan untuk menjaga kredibilitas.
- Aktif berinteraksi dengan audiens untuk membangun hubungan dan kepercayaan.

11. Apa saja tantangan yang sering dihadapi oleh afiliasi dalam menjalankan affiliate marketing?

Jawab

Afiliasi sering menghadapi berbagai tantangan ketika menjalankan affiliate marketing, seperti:

- Persaingan yang ketat, karena banyak afiliasi mempromosikan produk serupa dengan target audiens yang sama.
- Kesulitan mengonversi traffic menjadi penjualan, meskipun jumlah pengunjung tinggi.
- Masalah pelacakan (tracking), terutama ketika pengguna menggunakan beberapa perangkat atau menghapus cookies sehingga konversi tidak tercatat dengan akurat.
- Perubahan struktur komisi, di mana merchant dapat menaikkan atau menurunkan komisi tanpa pemberitahuan panjang.
- Ketergantungan pada kebijakan merchant, sehingga afiliasi tidak memiliki kontrol penuh terhadap kualitas produk maupun proses pelayanan.
- Biaya promosi yang meningkat, khususnya bagi afiliasi yang menggunakan iklan berbayar.
- Kebutuhan membuat konten berkualitas secara konsisten, agar tetap relevan dan mampu bersaing di pasar.

Sumber: <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/2635/1125>

12. Mengapa persaingan dalam affiliate marketing bisa menjadi tantangan tersendiri bagi pemasar?

Jawab

Persaingan dalam affiliate marketing menjadi tantangan karena jumlah afiliasi yang mempromosikan produk serupa sangat banyak, sehingga setiap pemasar harus berebut perhatian audiens yang sama. Kompetisi ini membuat afiliasi perlu menghasilkan konten yang jauh lebih berkualitas dan kredibel agar dapat menonjol. Selain itu, semakin banyaknya afiliasi menyebabkan tingkat kesulitan memperoleh peringkat tinggi di mesin pencari juga meningkat. Hal ini memaksa pemasar untuk menerapkan strategi SEO yang lebih kuat, berinovasi dalam cara promosi, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan audiens. Jika tidak mampu bersaing, afiliasi akan sulit mendapatkan klik ataupun konversi.

Sumber: <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/view/2635/1125>

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

Jawab

- Memilih merchant dan produk terpercaya agar kualitas lebih terjamin
- Mempelajari produk secara mendalam untuk membuat promosi yang jujur dan informatif.
- Membangun komunikasi baik dengan merchant untuk mendapat informasi atau sampel produk.
- Transparan kepada audiens mengenai afiliasi dan kelebihan/kekurangan produk.
- Diversifikasi produk dan program afiliasi untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk.

14. Sebutkan beberapa alat bantu yang umum digunakan dalam affiliate marketing

Jawab

Beberapa alat bantu yang umum digunakan dalam affiliate marketing:

- OptinMonster, alat untuk membangun email list.
- Constant Contact, platform email marketing.
- Google Analytics, alat untuk menganalisis trafik situs.
- ShareASale, jaringan afiliasi (affiliate network).
- SEMRush, alat riset kata kunci (SEO).
- All-in-One SEO (AIOSEO), plugin SEO on-page untuk WordPress.
- ThirstyAffiliates, mengelola dan menyembunyikan link afiliasi.
- Pretty Links, alat link cloaking untuk membuat link afiliasi rapi.
- AffJet, dashboard untuk melacak performa dari berbagai network afiliasi.
- Voluum, alat pelacakan iklan afiliasi (ad tracking).
- AdEspresso, membuat dan mengelola kampanye iklan afiliasi.
- SeedProd, builder halaman landing (landing page) di WordPress.
- Buffer, alat manajemen media sosial (social media marketing).
- CoSchedule, kalender pemasaran untuk jadwal konten dan kampanye.
- Grammarly, mengecek tata bahasa dan kesalahan penulisan dalam konten.

Sumber: <https://optinmonster.com/best-affiliate-marketing-tools/>

15. Bagaimana google analytics dapat membantu dalam percakapan platform kampanye afiliasi?

Jawab

Google Analytics dapat sangat membantu dalam kampanye afiliasi dengan memberikan data yang mendetail tentang pengunjung website. Dengan alat ini, afiliasi dapat melacak asal trafik, seperti dari mesin pencari, media sosial, atau link referral, sehingga tahu saluran mana yang paling efektif. Selain itu, Google Analytics memantau perilaku pengunjung, termasuk halaman yang paling banyak dikunjungi dan jalur konversi mereka, yang berguna untuk mengoptimalkan konten agar lebih banyak klik pada link afiliasi. Afiliasi juga bisa mengukur konversi dengan menambahkan goals atau event tracking, sehingga mengetahui berapa banyak pengunjung yang melakukan aksi penting, misalnya mengklik link atau mendaftar newsletter. Dengan data ini, afiliasi bisa menyesuaikan strategi pemasaran secara lebih tepat, meningkatkan efektivitas kampanye, dan memaksimalkan peluang konversi.

Sumber: <https://optinmonster.com/best-affiliate-marketing-tools/>