

Affiliate Marketing dan Model Pembayaran

Panduan untuk Mahasiswa



Anggota Kelompok



Haniffadhilah
2313025058



M. Tegar Dwi P
2313025024



Marvella
Rizkia F
23130250440



Rival Stevanus
2313025016

Pengantar



Definisi

Dasar affiliate marketing untuk mahasiswa



Peran

Menentukan cara affiliate mendapatkan komisi



Model

Tiga model utama:
PPS, PPC, PPL



Penting

Strategi promosi affiliate yang efektif



SEKILAS SISTEM PEMBAYARAN



Sistem Pembayaran di Indonesia

Apa itu Affiliate Marketing?

Metode pemasaran di mana seorang afiliator mempromosikan produk milik perusahaan, lalu menerima komisi ketika terjadi aksi tertentu (misalnya penjualan, klik, atau pendaftaran).

Kenapa Model Pembayaran Penting?

- Menentukan cara dan besarnya komisi yang diterima afiliator.
- Membantu perusahaan memilih strategi biaya marketing yang efisien.
- Afiliator bisa memilih model yang paling sesuai dengan gaya promosi mereka.



Pay Per Sale (PPS)

adalah model komisi dalam affiliate marketing di mana afiliator hanya mendapat bayaran ketika promosi mereka berhasil menghasilkan penjualan produk.

Cara Kerja PPS

- Afiliator mendaftar program afiliasi dan mendapatkan link unik.
- Afiliator mempromosikan produk melalui media sosial, blog, atau iklan.
- Konsumen membeli produk melalui link afiliasi.
- Sistem mencatat transaksi melalui tracking (cookies/pixel).
- Afiliator mendapatkan komisi sesuai persentase atau nominal tertentu.



Kelebihan & Kekurangan PPS

Kelebihan:

- Risiko rendah bagi perusahaan (bayar hanya saat ada penjualan).
- Komisi biasanya lebih besar dibanding PPC/PPL.
- Cocok untuk afiliator dengan kemampuan promosi kuat.

Kekurangan:

- Lebih sulit untuk afiliator pemula (butuh konversi, bukan sekadar klik).
- Penjualan bisa dipengaruhi banyak faktor di luar kontrol afiliator (harga, kualitas website, stok).
- Butuh traffic berkualitas tinggi.



PPS Cocok Digunakan Pada Situasi Apa?

Model PPS sangat cocok untuk:

- **Produk digital**
(ebook, kursus online, software) → margin tinggi.
- **E-commerce**
(fashion, produk rumah tangga, kosmetik).
- **High-ticket products**
(gadget, alat elektronik, perangkat premium).
- **Program afiliasi** yang mengejar penjualan nyata, bukan sekadar awareness.



Pengertian Pay Per Click

Pay Per Click (PPC) adalah model pemasaran digital di mana pengiklan membayar biaya setiap kali iklan mereka diklik oleh pengguna. Alih-alih membayar tampilan (impression), biaya hanya dikenakan ketika ada interaksi berupa klik.

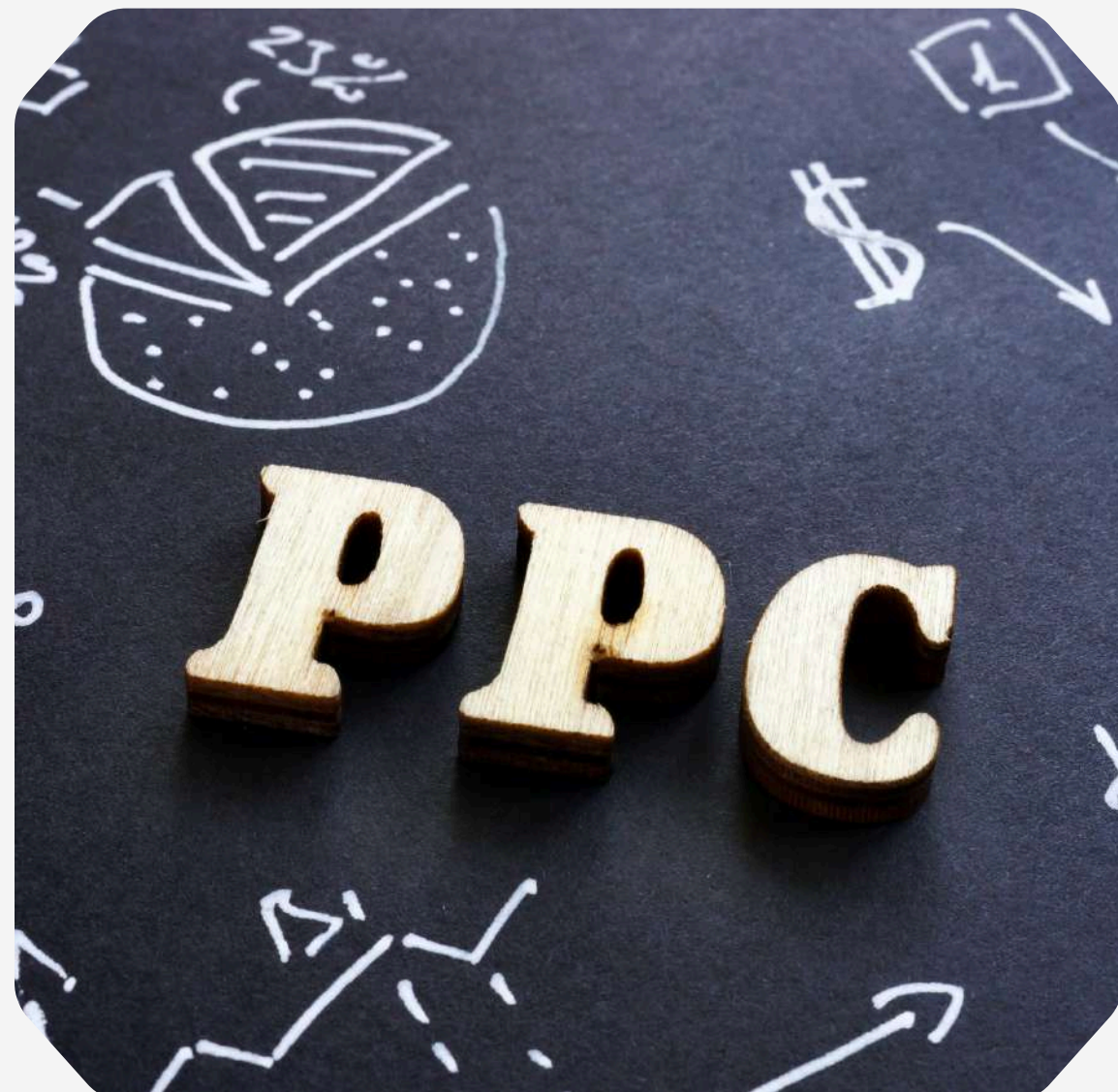


Cara Kerja PPC

1. Pengiklan membuat iklan
2. Pengiklan menyiapkan teks iklan, gambar, kata kunci (keywords), atau targeting audiens tertentu.
3. Penentuan penawaran (bidding)
4. Pengiklan menentukan berapa biaya maksimum yang bersedia mereka bayarkan untuk satu klik (Cost Per Click / CPC).
5. Iklan ditampilkan



Kelebihan dan Kekurangan Model PPC



Kelebihan

- Hasil cepat dan langsung
- Targeting sangat spesifik
- Kontrol biaya
- Dapat diukur dengan detail
- Cocok untuk berbagai tujuan

Kekurangan

- Biaya bisa mahal di industri kompetitif.
- Tidak efektif tanpa optimasi
- Membutuhkan keahlian teknis

Hasil berhenti saat iklan dihentikan



Contoh Nyata Sederhana PPC

- Blog pribadi yang mempromosikan produk dengan banner Google Ads (GDN).
- Website toko online memasang iklan Google Search untuk keyword “beli skincare terbaik”.
- Banner iklan di website berita seperti Detik atau Kompas.com.
- Ads pada social media, misalnya klik tombol “Learn More” pada iklan Facebook/Instagram.

Mengapa Advertiser Memilih PPC dalam Konteks Affiliate Marketing

1. Biaya hanya muncul ketika ada interaksi nyata
2. Setiap klik berarti ada potensi konversi, sehingga lebih efisien dibanding iklan berdasarkan impression.
3. Hasil dapat diukur dengan jelas
4. Affiliate dapat memantau berapa biaya per klik dan berapa banyak penjualan yang dihasilkan.
5. Cocok untuk skala besar
6. Affiliate bisa menjalankan banyak iklan untuk berbagai produk sekaligus.
7. Resiko rendah bagi advertiser
8. Merchant hanya membayar jika ada klik, sehingga budget lebih terkendali.
9. Mempercepat proses mendapatkan traffic
10. Sangat cocok bagi affiliate yang ingin langsung mengarahkan audiens ke landing page merchant.

Pay Per Lead

Model affiliate di mana affiliate mendapatkan komisi ketika audiens melakukan aksi spesifik. Biasanya “lead” seperti mengisi formulir, mendaftar trial, request demo, atau subscribe ke newsletter.

Alur Kerja:

1. Affiliate mempromosikan landing page / lead magnet (misalnya ebook, webinar, free trial)
2. Pengunjung klik link affiliate → diarahkan ke halaman pendaftaran / formulir
3. Pengunjung mengisi data (nama, email, dll) → menjadi lead
4. Advertiser/brand memverifikasi lead → affiliate mendapatkan komisi per lead yang diterima (lead valid)



Kelebihan dan Kekurangan Model PPL

Kelebihan

- Affiliate bisa mendapatkan komisi tanpa harus ada penjualan langsung → mengurangi risiko bagi affiliate.
- Komisi per lead biasanya lebih besar dibanding PPC, karena aksi lebih “bernilai”.
- Cocok untuk bisnis yang sangat mengandalkan database/prospect: misalnya asuransi, kursus/edukasi, produk keuangan.
- Bisa menjadi strategi jangka panjang: lead bisa di nurture lewat email marketing atau sales.

Kekurangan

- Validasi Lead: Tidak semua lead itu “berharga”, ada lead yang asal isi form tetapi tidak tertarik serius.
- Biaya Akuisisi Lebih Tinggi: Karena butuh konversi lebih “bernilai” (lead), mungkin butuh waktu dan usaha lebih besar untuk optimasi landing page, copywriting, dan targeting.
- Kualitas vs Kuantitas: Affiliate harus menjaga agar lead yang dikirim berkualitas tinggi agar advertiser mau bayar komisi.
- Risk of Fraud: Ada risiko lead palsu atau lead spam jika monitoring/lewat filter tidak baik.

Contoh Kampanye PPL



- SaaS / Software: Affiliate mempromosikan free trial atau demo dari aplikasi SaaS → audiens mendaftar trial → affiliate mendapat komisi per pendaftaran (lead).
- Asuransi / Keuangan: Lead gen untuk asuransi (orang isi formulir untuk minta quote) → lead diteruskan ke tim sales asuransi → affiliate mendapat komisi.
- Webinar / Kursus Online: Affiliate mempromosikan webinar gratis; peserta daftar → dianggap lead → advertiser bisa follow-up.

Perbandingan Model Pembayaran

PPS

PPC

PPL



Komisi berdasarkan
penjualan



Komisi berdasarkan klik



Komisi berdasarkan lead

Kelebihan dan Kekurangan Model PPS



Kelebihan

Risiko rendah untuk advertiser dan **komisi tinggi** untuk affiliate.



Kekurangan

Perlu usaha marketing besar dan **tingkat konversi** bisa rendah.

Strategi Promosi Produk untuk PPS



Review

Memberikan informasi detail tentang produk



Video

Menarik perhatian audiens dengan visual



Blog

Meningkatkan SEO dan visibilitas produk

Perbandingan PPS vs PPC vs PPL

PPS (Pay Per Sale)

- Affiliate dibayar ketika terjadi penjualan.
- Risiko tinggi untuk affiliate, risiko rendah untuk advertiser.
- Cocok untuk produk dengan margin besar.

PPC (Pay Per Click)

- Dibayar berdasarkan jumlah klik.
- Risiko tinggi untuk advertiser (klik tidak selalu jadi pembeli).
- Cocok untuk meningkatkan traffic cepat.

PPL (Pay Per Lead)

- Dibayar saat pengguna mengisi form/daftar.
- Risiko sedang untuk advertiser.
- Cocok untuk bisnis yang butuh database prospek.



Resiko Bagi Advertiser dan Affiliate

- **Advertiser**

- PPS → risiko kecil (bayar hanya saat ada sale)
- PPL → risiko moderat (lead belum tentu beli)
- PPC → risiko tinggi (klik palsu atau tidak relevan)

- **Affiliate**

- PPS → risiko besar, perlu skill closing tinggi
- PPL → risiko sedang, butuh persuasi ringan
- PPC → risiko kecil, cukup mengejar traffic



Tingkat Konversi yang dibutuhkan



- **PPS** → konversi harus tinggi → perlu konten meyakinkan.
- **PPL** → konversi sedang → cukup ajak user daftar.
- **PPC** → konversi rendah → fokus peningkatan traffic.

Pengaruh Model Pembayaran terhadap Strategi



Strategi Saat Menggunakan PPS

- Fokus pada **konten review, tutorial, dan testimoni**.
- Target audiens yang sudah siap membeli.
- Funnel lebih panjang: edukasi → bandingkan produk → ajak beli.

Strategi Saat Menggunakan PPC

- Konten viral, ringan, dan klikbait positif.
- Targeting luas untuk meningkatkan jumlah klik.
- Optimalkan judul & thumbnail.

Strategi Saat Menggunakan PPL

- Beri **insentif** seperti ebook gratis / trial.
- Targeting pada audience yang ingin belajar atau mencoba.
- Konten edukatif pendek → arahkan ke form pendaftaran.

Kesimpulan



■

Ringkasan

- PPS terbaik untuk penjualan langsung.
- PPL terbaik untuk pengumpulan prospek.
- PPC terbaik untuk meningkatkan traffic cepat.

Model Paling Cocok

- Produk mahal → PPS
- Jasa/pendidikan/software → PPL
- Blog/media → PPC

