

# 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



### INFRASTRUKTUR

GPN SKNBI BI-RTGS



### INSTRUMEN PEMBAYARAN

APMK ATM Debit Kredit

Uang Elektronik Server Chip



### KANAL / CHANNEL

#### Shared Delivery Channel

ATM  
EDC

#### Proprietary Channel

Mobile Banking  
Internet Banking

#### QR Code



### TAHAPAN PEMROSESAN TRANSAKSI

Pra Transaksi Otorisasi Kliring Settlement Pasca Transaksi



### PELAHKU SISTEM PEMBAYARAN

#### PENYELENGGARA JASA SISTEM PEMBAYARAN

##### Bank atau Lembaga Selain Bank

Front End	Penerbit	Aquirer	Payment Gateway	Penyelenggara Transfer Data	Dompet Elektronik
Back End	Prinsipal	Penyelenggara Switching	Penyelenggara Kliring	Penyelenggara Settlement	

##### PENYELENGGARA PENUNJANG

Merchant Aggregator, Percetakan & Personalisasi Kartu, Penyedia Fitur Keamanan, Penyedia Terminal ATM/EDC, Penyedia DC/DRC, dll

Peny. EBIPP\*

Peserta Sandbox

BA EBIPP IT Platform

\*Pengaturan sedang dalam tahap penyusunan

# 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



Komisi berdasarkan  
penjualan

PPC



Komisi berdasarkan klik

PPL



Komisi berdasarkan lead

# Kelebihan dan Kekurangan Model PPS



## Kelebihan

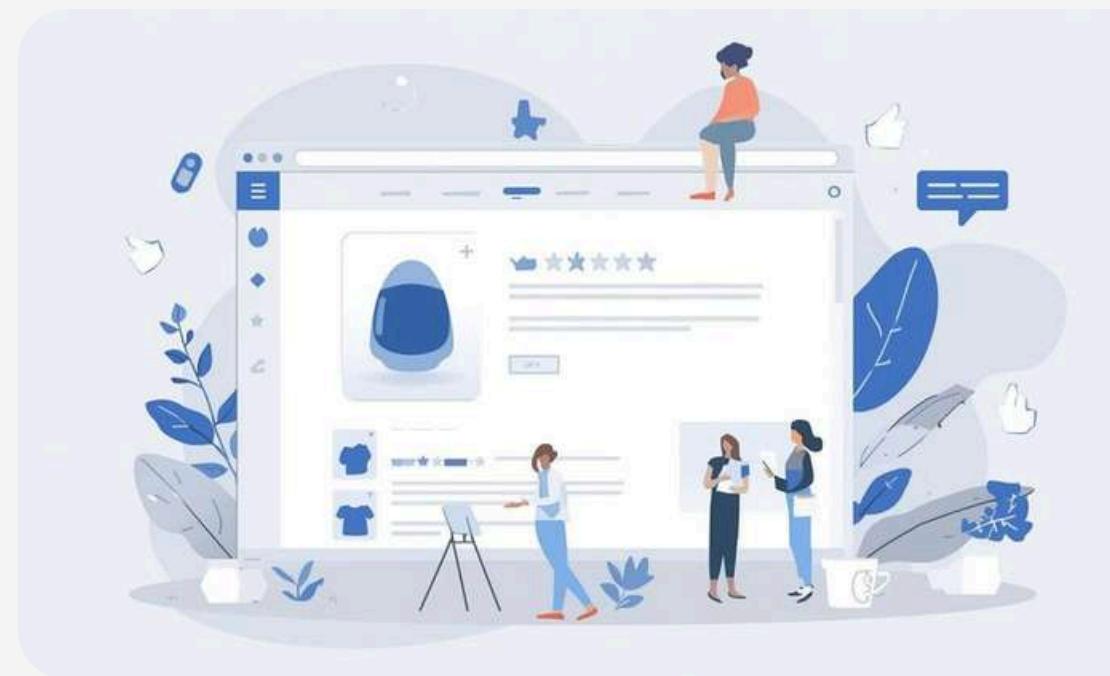
Risiko rendah untuk advertiser dan komisi tinggi untuk affiliate.



## 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 **incentif** 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

