

EKONOMI



STRATEGI BISNIS DAN INVESTASI

Gaya Pemasaran Afiliasi

BERDASARKAN berbagai sumber info bisnis, sekitar 15% dari pendapatan industri media digital berasal dari pemasaran afiliasi. Pemasaran afiliasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pemasaran online. Pemasaran afiliasi merupakan bentuk kerjasama atau mitra yang dibangun antara individu atau kelompok yang berperan sebagai publisher atau affiliate dan pemilik usaha yang disebut dengan merchant. Seluruh konsep pemasaran afiliasi difokuskan pada berbagi pendapatan dengan bermitra dengan orang lain. Affiliate berperan mempromosikan produk dari merchant. Program afiliasi berkembang berdasarkan pengalaman di tahun 1994 saat program afiliasi pertama diluncurkan oleh PC Flowers & Gifts yang kemudian diikuti program afiliasi Amazon yang diluncurkan pada tahun 1996. Berdasarkan hasil survei, beberapa hal yang menjadi alasan dalam memilih program afiliasi antaralain adanya relevansi produk atau layanan (18,45%), reputasi dari program afiliasi (15,97%) dan jaringan afiliasi atau platform dari pelacakan dalam program afiliasi (11,58%).

Pada umumnya yang berperan sebagai affiliate adalah blogger, pembuat konten, dan influencer, yang membuat konten online dan menggunakannya untuk menampilkan tautan afiliasi. Semakin sukses affiliate dalam membangun kehadiran dan daya tarik secara online serta mendapatkan kepercayaan audiens maka semakin berhasil peran affiliate mendorong audiens untuk mengklik tautan afiliasi. Afiliasi mendapatkan komisi berdasarkan konversi yang dicapai yang dihasilkan melalui tautan afiliasi. Tautan afiliasi dapat dibagikan di berbagai jenis situs seperti situs perbandingan harga/flitur, situs ulasan atau review produk, situs pribadi, situs kupon/potongan harga, situs berbagi file, situs berbagi video maupun direktori belajar.

Ada beberapa contoh taktik yang digunakan affiliate dalam membangun program afiliasi yang terintegrasi. Ulasan mengenai produk merupakan taktik yang sering digunakan oleh affiliate. Apabila ada produk atau layanan yang ingin dipromosikan, affiliate menulis atau melakukan posting blog sebagai review produk. Jenis konten ini bermanfaat terkait calon konsumen yang membutuhkan informasi produk.

Hal lain yang penting mengenai ulasan produk adalah sumber penulis yang disukai maupun dipercayai oleh audiens. Pendapat yang dibagikan oleh sumber yang konsumen percayai bernilai jauh lebih tinggi daripada pesan yang disampaikan melalui iklan atau promosi lainnya. Teknik penyebutan produk dalam artikel juga dapat menjadi bagian dalam promosi produk. Cara ini mencoba mengkalikan produk dengan bahasan atau tema yang dibahas dalam tulisan. Taktik lain adalah kupon promosi yang tertaut langsung saat konsumen berada dalam jaringan online. Kupon merupakan jenis promosi online yang sangat populer karena langsung menasar calon pembeli dengan menawarkan simulan ekstra untuk membeli berupa potongan harga yang dapat diklaim melalui kupon. Penggunaan sosial media dan peran dari influencer sosial media seperti youtuber, selebgram dan sebagainya sangat efektif menasar konsumen yang dekat dengan sosial media.

(Dr Tony Wijaya SE MM, Alumnus Program Doktor Pascasarjana FBE-UII & Lektor Kepala FE UNY)

CEGAH H DPKP DIY GAGA

YOGYA (KR) - Dinas Pertanian dan Pangan (DPKP) DIY akan berkoordinasi dengan Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait untuk membahas berbagai persoalan terkait bahan pangan secara sistemik yang rutin tahunnya seperti kasus mahalannya harga bahan pangan. Penanganan ketersediaan bahan pangan sistemik tersebut supaya harga tidak liar sehingga produsen tetap diuntungkan dan dari sisi konsumen masih mampu membeli atau tidak terlalu

Kepala DPKP DIY Sugeng Purwanto mengaku terjadi fluktuasi harga komoditas bahan pangan khususnya pertanian akibat minimnya produksi karena gangguan cuaca sudah rutin terjadi setiap tahunnya. Menyikapi kondisi tersebut, pihaknya akan membahas dengan OPI secara sistemik dan terdapat masalah pangan. "Saya ingin sistemik di semua hanya panik dan jakan sesaat. C

Digitalisasi, Kunci Utama Di

JAKARTA (KR) - Digitalisasi jadi kunci utama dukung sektor pakekrif di daerah. Terkait itu, Komenparekrif bersama dengan Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI Kominfo) telah berupaya membangun Jaringan Pariwisata Hub (JPH) sebagai ruang promosi digital bagi destinasi wisata di seluruh Indonesia.

"Kami membangun JPH yang merupakan sebuah wadah sosialisasi atraksi pariwisata dalam satu platform atau hub. Kita akan masukkan seluruh atraksi pariwisata ke dalam JPH," kata Deputi Bidang Po Niscaya, R Menurut faatkan d Konten dii ti dikurasi. at sebuah le vel untuk gambaran s memperku laman ini, N kat khusus berpartisipe wisata daera

Hitachi Vantara Gandeng

JAKARTA (KR) - Hitachi Vantara, perusahaan penyedia solusi dan infrastruktur digital subsidiari dari Hitachi Ltd mengumumkan kemitraannya dengan PT ECS Indo Jaya sebagai salah satu distributor resmi untuk menjangkau pasar solusi IT mid-range yang lebih luas.

Rekam jejak PT ECS Indo Jaya di industri Teknologi Informasi di Indonesia akan menghadirkan ekosistem baru bagi Hitachi Vantara dengan menjangkau pangsa pasar yang lebih luas terutama untuk wilayah diluar Jabodetabek.

"Hal ini sejalan dengan tujuan Hitachi Vantara untuk menghadirkan solusi mid-range bagi perusahaan-perusahaan di solu- ruh Indonesia wujud komita akselerasi tra yang aman Kayatos, Coum Indonesia di Ja Digitalisasi s tal dalam men dan bisnis peru "Penunjukkan l salah satu distr di Indonesia m bagi kami. Deng an yang luas di ECS," tambah A terprise Director