

**MEKANISME *E-COMMERCE* MELALUI *BLOG* DAN
IMPLIKASINYA TERHADAP PENDAPATAN
(STUDI KASUS PADA KOMUNITAS *BLOGGER*
MALANG)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Danny Firmansyah
0610210032**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2013**

LEMBAR PENGESAHAN PENULISAN ARTIKEL JURNAL

Artikel Jurnal dengan judul :

**MEKANISME *E-COMMERCE* MELALUI *BLOG* DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP PENDAPATAN
(STUDI KASUS PADA KOMUNITAS *BLOGGER* MALANG)**

Yang disusun oleh :

Nama : Danny Firmansyah
NIM : 0610210032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Bahwa artikel Jurnal tersebut dibuat sebagai *persyaratan ujian skripsi* yang dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 17 Juli 2013.

Malang, 17 Juli 2013

Dosen Pembimbing,

Prof. Dr. M Pudjihardjo, SE., MS.

NIP. 19520415 197412 0 001

**MEKANISME E-COMMERCE MELALUI BLOG DAN IMPLIKASINYA
TERHADAP PENDAPATAN
(STUDI KASUS PADA KOMUNITAS BLOGGER MALANG)**

Danny Firmansyah

Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Brawijaya

Email : danny@brawijaya.org

ABSTRACT

The rapid development of technology today, allowing people to think creatively, to use technology to facilitate their lives, including their economic lives. One example is the development of technology used by many people today is the internet.

The Internet allows people to get a lot of useful information for life, one media provider of information on the internet is a blog. In addition to being a means of exchanging information, the blog was also a means to earn an income for the owner of the blog, by putting ads on the blog.

This study aims to provide an overview of how a blogger to manage their blog and how to earn money with a blog, ranging from choosing the theme of the blog to how bloggers receive revenue from ads they show on the blog, as well as the various constraints faced by bloggers. This study took a case study in Malang blogger community.

Keyword : Blog, Blogger, Internet, Income.

A. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi seperti saat ini dengan perkembangan ilmu informasi dan teknologi yang sangat pesat dimana antar individu, antar kelompok, dan antar negara saling berinteraksi, bergantung, terkait, dan mempengaruhi satu sama lain. Di bidang perekonomian perdagangan bebas, yang memacu dunia dalam satu arena persaingan yang tinggi dan tajam.

Fenomena globalisasi yang terjadi seharusnya dapat menggugah pikiran sumber daya manusia untuk kreatif, tentunya bagaimana agar dapat memanfaatkan peluang yang ada dipersaingan global. Kebutuhan akan teknologi dan informasi sangat prioritas, kebutuhan akan hal tersebut bisa didapat di berbagai media seperti koran, majalah, radio, televisi, serta yang paling canggih informasi dapat diakses melalui internet. Setiap orang pasti membutuhkan suatu informasi, kebutuhan informasi memotivasi kemampuan agar bisa beradaptasi dan mengantisipasi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga dapat melaksanakan dan menjalani aktivitas kehidupan sehari-hari secara mandiri dan lebih percaya diri. Saat ini tidak sedikit orang yang mencari dan menggunakan informasi, seiring dengan kemajuan teknologi segala kebutuhan informasi bisa didapat di internet.

Jumlah pengguna internet yang besar dan semakin berkembang telah mewujudkan budaya Internet. Internet juga mempunyai pengaruh yang besar atas ilmu, dan pandangan dunia. Dengan menggunakan berbagai web mesin pencari seperti "Google" atau "Bing" pengguna di seluruh dunia mempunyai akses internet yang mudah atas bermacam-macam informasi. Dibanding dengan buku dan perpustakaan, internet melambangkan penyebaran (*decentralization*) pengetahuan (*knowledge*) informasi dan data secara ekstrim.

Di era globalisasi yang serba persaingan dan kecanggihan teknologi ternyata ada kesempatan atau peluang. Berawal dari hobi *blogging* yang hanya sekedar iseng-iseng menulis di dunia maya ternyata bisa dijadikan suatu sumber menghasilkan, hal ini secara langsung atau tak langsung berdampak positif yaitu bisa mengurangi pengangguran.

Dalam situasi pasar tenaga kerja saat ini, yang persaingannya semakin ketat, banyak tenaga kerja yang tidak terserap oleh pasar tenaga kerja. Hal ini karena jumlah pencari kerja, lebih banyak daripada lapangan pekerjaan yang tersedia. Selain itu, terdapat beberapa persyaratan yang membuat pencari kerja tidak dapat memasuki lapangan kerja yang tersedia seperti tingkat pendidikan, pengalaman kerja dan lain sebagainya.

Karena banyak tenaga kerja yang tidak terserap dalam pasar tenaga kerja, membuat sebagian orang kreatif dan jeli dalam memanfaatkan peluang, salah satu peluang untuk mencari pendapatan yang mandiri adalah melalui internet, khususnya melalui blog. Hal ini karena *blogging* bisa dipelajari secara otodidak dan tidak membutuhkan satu ijazah khusus untuk menekuninya, sehingga siapa saja bisa masuk kedalamnya.

Di Indonesia saat ini, telah banyak orang yang menekuni *blogging* sebagai pekerjaan mereka, hal ini bisa dibuktikan dengan besarnya jumlah anggota forum komunitas *blogger* terbesar di Indonesia, ads-id.com yang mencapai 68.220 orang anggota, dan tentunya jumlah *blogger* di Indonesia lebih dari itu, karena tidak semua *blogger* menjadi anggota dari forum tersebut, bahkan banyak *blogger* Indonesia yang lebih banyak berkecimpung di forum dunia daripada di forum lokal. Dan salah satu kota yang memiliki jumlah *blogger* cukup besar dan sukses adalah kota Malang, Jawa Timur, dengan jumlah *blogger* yang mencapai ratusan orang.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat dua permasalahan dalam penelitian ini, yaitu untuk mengetahui mekanisme pengelolaan *blog* yang dilakukan oleh komunitas *blogger* Malang, dan implikasinya untuk mendapatkan penghasilan melalui *blog*.

B. KAJIAN PUSTAKA

Menurut Syadiash dalam blognya, jenis pasar menurut bentuk kegiatannya. Menurut dari bentuk kegiatannya pasar dibagi menjadi 2 yaitu pasar nyata/riil dan pasar tidak nyata/abstrak (syadiashare.com).

1. Pasar Nyata (Riil)

Pasar nyata adalah pasar dimana barang-barang yang akan diperjual belikan dan dapat dibeli oleh pembeli. Contoh pasar tradisional dan pasar swalayan.

2. Pasar Abstrak.

Pasar abstrak adalah pasar dimana para pedagangnya tidak menawarkan barang-barang yang akan dijual dan tidak membeli secara langsung tetapi hanya dengan menggunakan surat dagangannya saja. Contoh pasar online, pasar saham, pasar modal dan pasar valuta asing.

Internet

Menurut Ellsworth (1997) internet merupakan jaringan besar yang dibentuk oleh inter koneksi jaringan komputer dan komputer tunggal di seluruh dunia lewat saluran telepon, satelit, dan sistem telekomunikasi lainnya. Dengan demikian pada dasarnya internet merupakan jaringan komputer yang sangat besar yang terbentuk dari jaringan-jaringan kecil yang ada dan online di seluruh dunia yang saling berhubungan (Anastasia, 2001:3).

Internet meliputi individu, kelompok, organisasi, sekolah universitas, layanan komersial, perusahaan, pemerintah, dan mereka yang menggunakan bahasa standar internet. Dan biasanya yang memelihara koneksi setiap saat ke internet (Ellsworth, 1997:7).

Internet juga memberi kemudahan untuk mencari dan mengakses berbagai macam informasi, mulai dari yang sangat “mulia” (seperti penelitian, keilmuan, dan keorganisasian) sampai yang “tidak mulia” (misalnya mengakses situs pornografi). Daya tarik lainnya yang membuat internet sangat populer adalah sebagai media komunikasi, hiburan, dan bisnis adalah aspek-aspek yang berkaitan dengan keunggulan internet, diantaranya dalam hal kenyamanan, konektivitas, dan jangkauan global, efisiensi, interaktivitas, isibilitas, alternatif ruang maupun pilihan yang relatif “tidak terbatas”, personalisasi, sumber informasi, potensial, dan lain-lain. Namun, faktor yang paling berkontribusi pada maraknya pengguna internet secara global atau mendunia adalah 4C yaitu: *communication/Chating, career, cyberporn, dan commerce* (Anastasia, 2001:06).

E-commerce Sebagai Sebuah Pasar

Mengutip dari jurnal SDM, menurut Onno W. Purbo dan Aang Wahyudi yang mengutip pendapatnya Dafid Baum, mengutip Nofieman menyebutkan bahwa : “*e-commerce is a dynamic set tecnologys, application, and business process that link enterprises, cosumer, and communities throught electronic transaction and the electronic exchange of goods, services, and information*” bahwa *e-commerce* merupakan aset dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Saluran online adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer dengan jalur telepon sehingga komputer dapat menjangkau beragam layanan informasi online. Pemasaran online akrab disebut dengan *e-commerce* (Kotler dan Amstrong,2001: 318).

Keuntungan Penggunaan E-Commerce

Menurut Fingar seperti dikutip Ruisana, ada beberapa keuntungan bagi pebisnis dalam penggunaan e-Commerce yaitu :

- a) Jangkauan pasar luas, tanpa batas-batas wilayah. Bagi pebisnis ini kesempatan untuk dapat memperluas bisnis dengan menjangkau pelanggan diseluruh dunia tanpa batas sehingga dapat meningkatkan keuntungan.
- b) *E-Commerce* menghemat biaya-biaya; antara lain: Penghematan biaya pemasaran dengan kemudahan dan teknologi yang canggih dalam menyampaikan informasi tentang barang dan jasa langsung ke konsumen dimana saja berada, menghemat biaya operasional seperti barang-barang yang akan dijual atau tidak perlu dipajang serta dapat memangkas biaya penyimpanan dan pemeliharaan barang karena pebisnis dapat mengirimkan langsung barang yang dijual setelah ada permintaan dari konsumennya. Menghemat biaya fisik dari toko karena para pebisnis hanya butuh mendigitalisasikan informasi-informasi tentang barang atau jasa yang akan dijual.
- c) Ketersediaan, dapat berbisnis selama 24 jam sehari, 7 hari seminggu. Tidak mengenal hari libur, dan hari besar. Pesanan dari konsumen dapat diterima setiap saat walaupun pada kenyataannya memang tidak 24 jam untuk salalu membuka internet tetapi ada fasilitas internet yang dapat menyimpan pesanan konsumen.
- d) Skalabilitas dalam artian dapat diperluas atau diperbanyak item barang tanpa batasan karena tidak butuh biaya besar untuk menambah produk yang akan ditawarkan karena pebisnis hanya perlu mendigitalisasi produk dalam bentuk gambar dan diberikan infomasi rinci saja.

Pada sisi konsumen, juga memperoleh keuntungan dalam pembelian online melalui internet antara lain:

- a) Memperoleh informasi yang beragam dan mendetail, melalui internet konsumen dapat memperoleh aneka informasi barang dan jasa dari

- b) Menawarkan harga yang lebih murah karena adanya pengurangan sejumlah biaya yang dilakukan perusahaan dalam melakukan bisnis melalui internet.
- c) Konsumen juga dapat menghemat waktu untuk berbelanja karena cukup pada satu tempat saja serta dapat melakukannya ditempat mereka sedang beraktivitas.

C. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui mekanisme e-commerce melalui blog yang dilaksanakan oleh komunitas blogger Malang, dan untuk mengetahui implikasi sebuah blog sehingga bisa menghasilkan pendapatan bagi komunitas blogger Malang, maka penelitian ini diarahkan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologis.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian berguna untuk memberikan arahan dalam gambaran yang sejalan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Fokus penelitian diarahkan :

1. Untuk mengetahui mekanisme *e-commerce* melalui blog yang dilaksanakan oleh komunitas *blogger* Malang.
2. Untuk mengetahui implikasi sebuah blog, sehingga bisa menjadi sumber pendapatan bagi *blogger*.

Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh dari studi pustaka dan riset lapangan dikumpulkan dan diklasifikasikan, maka langkah selanjutnya dalam penelitian ini adalah melakukan analisis data. Analisis data adalah suatu cara atau langkah untuk mengolah data primer maupun data skunder yang bermanfaat bagi penelitian guna mencapai tujuan akhir penelitian.

Menurut Milles dan Huberman (1992) menyatakan bahwa proses analisa data terdiri dari 3 yaitu :

1. Reduksi data /data reduction
Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Reduksi juga dikatakan proses merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan dicari tema dan polanya.
2. Penyajian data/data display
Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah penyajian data yang bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, teks naratif, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya.
3. Conclusion / verification
Kegiatan untuk menarik suatu kesimpulan dan verifikasi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang credible. (Sugiono, 2006: 276-284). Ferifikasi merupakan upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya.

Reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang jalin menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data.

D. MEKANISME PENGELOLAAN BLOG OLEH KOMUNITAS *BLOGGER* MALANG

Dalam mengelola blog mereka, komunitas *blogger* Malang melakukan beberapa langkah seperti berikut.

Riset Kata Kunci

Dalam dunia online, kata kunci adalah faktor yang terpenting, karena dimanapun pelaku bisnis online melakukan bisnisnya, maka seluruh dunia bisa menemukannya. Pengunjung blog bisa menemukan sebuah blog, hanya dengan menemukan sebuah kata kunci dari yang sesuatu yang dicari melalui mesin pencari. Oleh karena itu, hal yang paling penting dalam dunia online, khususnya blog, adalah *content* atau isi dari blog tersebut.

Kata kunci adalah kata yang dipakai oleh calon pengunjung untuk mencari sesuatu di mesin pencari. Misalkan seseorang mencari sebuah artikel tentang kesehatan, maka mungkin orang itu akan memasukkan kata “tips kesehatan”, “kesehatan tubuh”, atau “kesehatan bayi” dalam kolom mesin pencari. Dengan menggunakan kata kunci, pencari mengharapkan akan menemukan sebuah artikel yang membahas tentang apa yang mereka sedang cari.

Dengan menggunakan sebuah kata kunci yang tepat, sebuah blog akan lebih mudah untuk mencapai halaman awal hasil pencarian mesin pencari. Selain itu, bagi penerbit iklan adsense, sebuah kata kunci juga menentukan besar kecilnya komisi yang diterima dari setiap klik yang terjadi pada iklan yang ditampilkan.

Dalam menentukan sebuah kata kunci yang akan digunakan sebagai tema blog atau tema artikel, dapat menggunakan *google keyword tool*. Alat pencari kata kunci dari Google ini adalah sebuah media yang disediakan oleh Google sebagai sarana mencari kata kunci bagi para *blogger*, terutama *blogger* yang menerbitkan iklan Adsense. Dengan alat ini *blogger* dapat mengetahui berapa jumlah pencari kata kunci yang dibidik setiap bulannya, serta perkiraan komisi yang dihasilkan jika terdapat pengunjung blog yang melakukan klik pada iklan yang ditampilkan.

Kata kunci yang baik bagi *blogger* adalah kata kunci yang memiliki persaingan pemasang iklan yang tinggi, jumlah pencarian global dan lokal yang banyak, memiliki nilai klik per iklan yang tinggi, dan *trends* pencarian yang stabil setiap bulannya.

Pembelian Nama *Domain* dan *Web Hosting*

Menurut tutorialdigital *domain* adalah suatu nama berformat huruf abjad (a, b, c, d, e, dan seterusnya) dan angka (1, 2, 3, dan seterusnya) serta simbol (-) untuk menamai alamat url website sebagai pengganti format deretan angka dari alamat IP client server hosting tempat file web diletakkan.

Dalam bukunya, Kotler menyatakan bahwa tujuan pemanfaatan internet paling penting adalah pembuatan situs web yang efektif dan menarik, yang menyediakan penjelasan tentang perusahaan, produk-produknya, distributor-distributornya, lowongan kerja, dan manajemennya. Maka dalam menyediakan sebuah *website*, suatu perusahaan memerlukan nama *domain* yang berperan untuk memudahkan pengunjungnya, tanpa harus mengingat alamat IP *website* perusahaan tersebut untuk mengaksesnya.

Begitu juga *blogger*, mereka memerlukan sebuah nama *domain* untuk memudahkan pengunjung blognya, tanpa harus menghafalkan alamat IP blog tersebut.

Setelah membeli *domain*, langkah selanjutnya yang dilakukan *blogger* adalah membeli *web hosting*. Menurut stopanos Hosting adalah space dalam server komputer yang di gunakan sebagai penempatan data dan file yang ada. Domain adalah alamat yang di gunakan untuk menuju tempat penempatan data dan file tersebut.

Menurut pendapat Kotler, tidak semua web ramah terhadap atau efektif. Waktu *download*-nya mungkin terlalu lama karena grafik-grafiknya terlalu bagus, konsumen

mungkin sulit membuka halaman-halaman baru atau melakukan pembayaran untuk pembelian melalui internet. Hal ini umumnya dikarenakan *server* tempat diletakkannya data-data website tersebut, terlalu berat dalam melayani proses yang terjadi pada halaman websitenya. Oleh karena itu, pemilihan *web hosting* yang tepat sangat penting, yang disesuaikan dengan kebutuhan pemakaian *website* tersebut.

Menginstal Blog (Wordpress)

Komunitas *blogger* Malang, selalu menggunakan *wordpress* dalam membuat setiap blognya, hal ini karena mereka menganggap *wordpress* adalah salah satu mesin blog yang paling mudah untuk dikelola, sekaligus memberi kesan nyaman bagi pembaca dan mempunyai tampilan yang lebih elegan.

Beberapa keuntungan dalam menggunakan *wordpress* adalah:

1. **Gratis**
Mesin *wordpress* dapat diperoleh dengan gratis, baik dengan cara mendownload langsung di website resmi *wordpress* maupun menggunakan *tools installer* yang berada di hosting.
2. **Dukungan *plugin***
Plugin adalah salah satu keunggulan *wordpress*, dimana *plugin* adalah semacam alat bantu, baik itu untuk memperbaiki tampilan, peletakan iklan, maupun sebagai penunjang *search engine optimisation* blog. *Plugin* dapat didapatkan secara gratis melalui beranda blog, tetapi juga ada beberapa *plugin* yang berbayar.
3. ***Template system***
Template system memudahkan pemilik blog dalam mengganti *template* yang diinginkan, tidak hanya mengubah seluruh tampilan *template*, tapi juga mengubah sebagian tampilannya saja, misalnya sipemilik blog menginginkan blognya memindahkan *widget* dari kiri ke kanan, hal ini bisa dilakukan dengan mengedit kode php yang menyusun tampilan templatnya.
4. ***Permalink* struktur yang *search engine friendly***
Permalink adalah tulisan yang ditunjukkan kolom *address* sebuah *browser*. Dengan *wordpress*, pemilik blog dapat mengganti *permalink* sesuai keinginan, agar dapat lebih dikenali oleh *search engine*, misalkan <http://www.brawijaya.org/cara-mudah-lepas-limit-paypal-dengan-cepat-50.aspx> tentu lebih mudah dikenali oleh mesin pencari sebagai artikel yang membahas tentang cara mudah lepas limit paypal daripada jika *permalink* berbentuk <http://www.brawijaya.org/2012/50.aspx>.

***Search Engine Optimisation (SEO)* – Teknik Memaksimalkan Halaman Blog Agar Dapat Tampil Di Halaman Awal Mesin Pencari**

SEO adalah tehnik yang digunakan *blogger*, dalam berupaya mencapai halaman utama hasil pencarian mesin pencari, khususnya Google. Dalam hal ini, mesin pencari Google selalu menjadi patokan dan tujuan utama setiap *blogger*, karena Google adalah mesin pencari terbesar di internet, dengan pengguna tertinggi di dunia, sehingga kesempatan mendapatkan pengunjung blog melalui Google adalah yang paling tinggi.

SEO memang merupakan salah satu faktor penting dalam membangun blog baru, akan tetapi tidak berarti blog dengan SEO terbaik, akan mendapatkan posisi lebih baik pada halaman hasil pencarian mesin pencari daripada blog saingannya. Selain itu, SEO juga terkadang menjadi bumerang bagi blog itu sendiri, blog yang *over optimization* sering malah mendapatkan hukuman dari *search engine*, karena *search engine* menganggap blog yang *over optimization* malah tidak bersahabat untuk pembaca, seperti pemaksaan memasukkan kata kunci diartikel, sehingga artikel terkesan aneh susunan kata dan maknanya saat dibaca oleh pengunjung blog.

E. IMPLIKASI BLOG SEBAGAI SUMBER PENDAPATAN

Terdapat tiga metode yang dilakukan seorang *blogger* dalam memonetize blognya, yaitu melalui program periklanan, afiliasi, dan penjualan produk sendiri.

Program Periklanan

Cara yang paling umum dilakukan oleh para *blogger* dalam mendapatkan pendapatan melalui blognya adalah dengan program periklanan, kemudahan dari program ini adalah *blogger* tidak harus mencari sendiri pemasang iklan yang akan memasang iklan di blognya, karena iklan yang ditampilkan telah disediakan oleh pihak perusahaan periklanan yang diikuti. Jenis program periklanan yang dipilih *blogger* Malang adalah PPC (*Pay Per Click*), PPL (*Pay Per Lead*), PTR (*Paid to Review*) dan link *sales* atau *text link ads*.

a) PPC (*Pay Per Click*) – Komisi Berdasarkan Jumlah Klik Yang Didapat Pada Iklan Yang Ditampilkan

PPC adalah program periklanan yang paling banyak diikuti oleh para *blogger*, karena dianggap paling mudah, hanya tinggal memasukkan kode iklan di blog, dan yang dibutuhkan untuk mendapatkan komisi hanya melalui klik iklan, tanpa harus ada penjualan yang terjadi pada iklan tersebut.

Program PPC yang paling banyak diminati adalah Google AdSense, karena dianggap paling menguntungkan bagi *blogger*, dan iklan yang ditampilkan lebih tertarget sesuai dengan tema blog yang memasang iklannya, serta dapat diriset sendiri oleh *blogger* berapa kira-kira pendapatan perkliknya yang didapat dari iklan tersebut. Sedangkan beberapa PPC alternatif jika tidak bisa memiliki akun Google AdSense adalah *chitika.com*, *adbrite.com*, serta beberapa PPC lokal seperti *kliksaya.com*, *kumpulblogger.com* dan *idblognetwork.com*.

Cara mendapatkan penghasilan melalui program ini adalah dengan memasang kode iklan di blog, dan nantinya jika ada pengunjung blog yang tertarik pada iklan yang dicantumkan dan melakukan klik pada iklan tersebut, maka *blogger* akan mendapatkan komisi, oleh karena itu penting untuk memiliki pengunjung yang banyak, karena semakin banyak pengunjung maka semakin besar kemungkinan iklan di blog tersebut akan mendapatkan klik dari pengunjung. Jumlah penghasilan yang didapatkan *blogger*, sesuai dengan kata kunci yang digunakan oleh *blogger* dalam blog atau artikelnya.

Perusahaan pengiklan akan membayar para *blogger* dengan cara bagi hasil, misalnya sebuah program periklanan mempunyai seorang advertiser yang memasang iklan melalui perusahaannya, dengan biaya Rp 1.000 untuk setiap klik iklannya, maka nantinya perusahaan pengiklan akan melakukan pembagian dengan *blogger* yang menayangkan iklannya sebagai komisi, misalnya pembagian adalah 50:50, maka dari setiap iklan yang mendapatkan klik, sipemilik perusahaan periklanan memperoleh Rp 500, dan *blogger* memperoleh komisi Rp 500 juga.

b) PPL (*Pay Per Lead*) – Komisi Berdasarkan Banyaknya Iklan Dilihat Oleh Pengunjung Blog

PPL adalah salah satu program periklanan lain yang banyak dilirik oleh para *blogger* untuk memonetize blognya, program ini lebih mudah lagi dijalankan karena hanya perlu pengunjung melihat isi blog, yang dimana terdapat iklan, baik berupa *text links* maupun *banner*, tanpa perlu pengunjung melakukan klik pada iklan tersebut, dan juga tidak perlu ada penjualan dari iklan yang ditampilkan pada blog untuk mendapatkan komisi.

Kelemahan program PPL ini, karena cara kerjanya yang mudah, adalah pada besarnya komisi yang kecil jika dibandingkan dengan program PPC. Oleh karena itu, program PPL ini dilirik oleh *blogger* yang memiliki banyak pengunjung

diblognya, sedangkan blognya tidak dapat menampilkan iklan PPC. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Ricky :

Dalam program ini mengenal istilah CPM atau *cost per mille*, yaitu biaya yang diperlukan untuk setiap satu kali iklan ditampilkan atau dilihat oleh pengunjung blog, dan akan menjadi komisi blogger yang menampilkan iklannya, misalkan seorang *blogger* menampilkan suatu iklan 1000 kali dengan CPM \$0,50 maka dia akan mendapatkan komisi sebesar \$5.

Contoh dari program PPL yang banyak diikuti oleh *blogger* Malang adalah infolinks.com, dan berikut ini adalah contoh laporan harian penghasilan *blogger* yang memasang iklan infolinks diblognya.

c) **PTR (*Paid to Review*) – Mendapatkan Komisi Dengan Mengulas Produk Atau Blog Orang Lain**

Paid to review, bersama dengan link sales adalah satu program periklanan yang berbeda dari program iklan lainnya, dimana tidak dibutuhkan pengunjung blog yang besar untuk bisa mendapatkan pendapatan dari pemasang iklan, akan tetapi yang dibutuhkan adalah mempunyai blog dengan domain memiliki *pagerank*.

PTR adalah program yang berupa penulisan artikel berupa review terhadap sebuah produk atau blog dari pemasang iklan, yang didalam artikel nantinya akan mencantumkan sebuah tautan link yang menuju ke *website* pemasang iklan.

Dalam program ini, beberapa ketentuan yang umum disyaratkan oleh *advertiser* kepada blogger penulis review antara lain jumlah kata artikel minimal 200 kata, memiliki antara 1-3 link ke *website advertiser*, dan beberapa ketentuan lain. Artikel review diblog lain yang mengandung link akan menjadikan produk dan *website advertiser* akan lebih cepat dikenal, selain itu juga menjadi bagian dari SEO *offpage* yang memaksimalkan halaman blog orang lain untuk kepentingan blog sendiri.

d) **Link Sales – Mendapatkan Komisi Dengan Menjual Tautan Link Pada Blog**

Persamaan program ini dengan PTR adalah blog milik para blogger tidak perlu memiliki pengunjung yang banyak, akan tetapi membutuhkan blog dengan domain yang memiliki *pagerank*. Namun perbedaan program ini dengan PTR adalah apabila PTR mengharuskan pemilik blog menulis artikel untuk disisipi link dari *advertiser*, maka program *link sales* hanya memasang link *website advertiser* di blog, yang biasanya diletakkan pada *sidebar* atau *footer* blog.

Afiliasi

Afiliasi adalah cara menghasilkan uang melalui blog, dengan menjualkan barang orang lain, baik barang nyata maupun barang digital, dan blogger akan mendapatkan komisi dari setiap barang yang terjual melalui link afiliasi miliknya. Dalam dunia nyata, seorang afiliator adalah seorang makelar, namun bedanya makelar online ini hanya membutuhkan sebuah link afiliasi, tanpa harus memperkenalkan penjual dan pembeli secara langsung. Contohnya blogger A mengafiliasikan produk B, dengan sebuah link afiliasi namadomain.com/ref=A, ref A menunjukkan pengunjung itu datang melalui promosi dari A. A akan menaruh link afiliasinya diblognya, baik berupa review produk atau melalui banner. Setelah ada pengunjung yang tertarik dan membeli produk itu melalui link afiliasi A, maka si A akan mendapatkan komisi dari B.

Perbedaan antara program afiliasi dengan program periklanan lainnya adalah, jika program lainnya hanya mengharuskan pengunjung melakukan klik atau hanya melihat iklan, maka program ini mengharuskan terjadinya penjualan terhadap produk yang diafiliasikan untuk mendapatkan komisi.

Dalam program afiliasi ini, terdapat broker yang mempertemukan antara penjual dengan seorang *afiliator*, contoh broker afiliasi ini adalah amazon.com yang merupakan broker afiliasi terbesar di dunia. Keuntungan yang didapat bagi blogger yang bergabung dengan broker afiliasi ini adalah banyaknya pilihan produk yang dapat diafiliasikan,

selain itu juga lebih menjamin keamanan blogger dari tindakan penipuan yang dilakukan pemilik barang, khususnya terhadap komisi yang menjadi hak mereka. Afiliator akan dibayar dengan voucher belanja maupun uang yang dikirim melalui jasa pengiriman uang, paypal, maupun wire transfer.

Selain broker afiliasi, adakalanya seorang penjual akan menjual barangnya secara afiliasi tanpa melalui broker, dan berhubungan dengan afiliatornya secara langsung. Keuntungan bagi blogger mengikuti afiliasi semacam ini adalah jumlah komisi yang lebih besar, karena penjual tidak perlu membayar pada broker, maka dia bisa membayar afiliatornya lebih besar. Umumnya barang yang dijual oleh penjual semacam ini adalah barang digital seperti software, plugin, maupun script khusus. Dan penjual semacam ini lebih banyak menjaring afiliator melalui forum, seperti warriorforum.com yang merupakan forum publisher online terbesar di dunia. Dan biasanya afiliator akan dibayar oleh pemilik produk melalui *online payment processor* maupun transfer antar bank.

Menjual Produk Sendiri

Menjual produk sendiri adalah salah satu cara menghasilkan uang dari blog, baik berupa barang nyata maupun barang digital. Beberapa hal yang biasa dijual melalui blog pribadi adalah:

1. Jasa
Jasa yang ditawarkan oleh seorang pemilik blog, biasanya berupa jasa yang berkaitan dengan dunia online, seperti jasa pembuatan blog, jasa SEO, dan jasa lainnya yang berkaitan. Namun tidak menutup kemungkinan juga jasa yang tidak berhubungan dengan dunia online, seperti jasa pengiriman barang, pembayaran biasanya melalui transfer bank.
2. Barang
Barang yang biasa dijual oleh pemilik blog, bisa berbagai macam, bahkan tidak menutup kemungkinan blog itu juga menjadi toko online, berbagai macam barang diperjual belikan melalui blog, seperti barang elektronik. Namun ada kalanya juga barang yang dijual adalah barang milik pribadi pemilik blog. Pembayaran biasanya melalui transfer bank.
3. Slot iklan
Jamak dilihat dalam beberapa blog, terdapat slot kosong yang ditawarkan sebagai slot iklan, umumnya dibagian *sidebar* atau *header* blog. Untuk harganya biasanya melalui proses tawar menawar antara pemilik blog dengan pemasang iklan. Dan pembayarannya melalui transfer bank atau *online payment processor*.

Permasalahan Dalam Menghasilkan Uang Melalui Blog

Dalam menghasilkan uang melalui blognya, seorang blogger terkadang mengalami kendala, seperti :

1. *Banned* Akun Periklanan
Banned artinya seorang blogger tidak lagi diizinkan untuk menampilkan iklan dari perusahaan yang membannednya, hal ini biasanya dikarenakan karena terjadi kecurangan, baik kecurangan yang dilakukan oleh pemilik akun sendiri, seperti melakukan klik iklan sendiri pada periklanan PPC, maupun terjadi kecurangan yang dilakukan oleh pesaingnya dengan cara mengirimkan banyak klik pada iklan blogger lain, sehingga pemilik akun itu akan dibanned oleh perusahaan periklanan. Jika sudah terkena banned, solusi yang dapat dilakukan adalah melakukan banding, dan meminta review ulang terhadap akun yang dibanned, dan jika sudah melakukan banding tetapi tetap tidak berhasil, solusi selanjutnya adalah dengan mendaftar ulang dengan menggunakan nama yang berbeda.

2. Penipuan

Penipuan adalah hal yang paling rawan dihadapi oleh seorang *blogger*, bentuk penipuan yang biasa terjadi adalah perusahaan periklanan yang tidak membayar kepada bloggernya. Untuk menghindari penipuan, hal yang dapat dilakukan oleh *blogger* adalah memilih hanya mengikuti perusahaan periklanan yang terpercaya dan telah mapan di internet, serta tidak mudah tergiur dengan tawaran yang diberikan dengan memberi komisi yang lebih besar.

F. PENUTUP

Kesimpulan

Selaras dengan tujuan penelitian, maka terdapat dua kesimpulan yang didapatkan:

1. Mekanisme pengelolaan blog yang dilakukan oleh *blogger* adalah dimulai dari meriset kata kunci, membeli nama *domain* dan *web hosting*, menginstal *blog* dengan menggunakan *wordpress*, dan proses SEO. Permasalahan yang sering dihadapi oleh *blogger* dalam pengelolaan blog adalah moral hazard yang berupa pencurian, pengubahan dan penghapusan data-data blog yang dimiliki oleh seorang *blogger* melalui *web hosting* tempat menyimpan datanya.
2. Untuk mendapatkan penghasilan melalui blog, seorang *blogger* akan mengikuti program periklanan, yang akan mendapatkan komisi berdasarkan jumlah klik yang pada iklan, jumlah iklannya dilihat oleh pengunjung, jumlah ulasan produk yang ditampilkan, dan dengan menjual tautan link pada blognya. *Blogger* juga dapat memperoleh penghasilan melalui program afiliasi yang jumlah penghasilannya sesuai dengan jumlah penjualan yang dilakukan oleh pemilik produk dengan pengunjung yang didatangkan oleh *blogger*. Selain itu, *blogger* juga dapat memperoleh penghasilan dengan menjual produknya sendiri melalui blognya. Dan permasalahan yang sering dialami seorang *blogger* dalam menghasilkan pendapatan melalui blognya adalah *banned* akun periklanan dan penipuan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang diberikan adalah:

1. Hendaknya *blogger* memilih jasa pelayanan *web hosting* yang profesional agar jika terdapat aksi pembobolan dalam *server web hosting*nya, dapat tertangani dengan cepat oleh pihak penyedia jasa *web hosting*. Selain itu *blogger* juga harus memperkuat keamanan *server* dan blognya, misalnya dengan penggantian *password* secara berkala, hal ini berguna sebagai upaya pencegahan terjadinya pembobolan *server web hosting* oleh orang lain.
2. *Blogger* hendaknya selalu berlaku jujur dalam menjalankan program yang diikutinya, agar tidak sampai terjadi *banned* akun periklanan oleh perusahaan periklanan yang diikutinya, selain itu *blogger* juga harus selalu memperhatikan laporan penghasilannya, jika terdapat keanehan, lebih baik *blogger* mencopot iklannya sementara dan melaporkan penemuan itu ke pihak perusahaan periklanan, hal ini bertujuan mencegah terjadinya *banned* akun periklanan yang diakibatkan oleh kecurangan orang lain terhadap *blogger*.

DAFTAR PUSTAKA

Danu, Arnanda. 2013. "*Faktor Lokasi Itu Penting Dalam Berwirausaha*". Diakses pada <http://bacaartikelbisnis.blogspot.com/> diakses tanggal 28 Mei 2013.

- Anastasia, Diana. 2001. *Mengenal E-Business*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ellswort, Jill H& Matthew.1997. *Marketing on The Internet. Pemasaran Lewat Internet*, cetakan pertama, Jakarta: Penerbit PT. Grassindo Bahana Ilmu Popular (BIP).
- Kotler dan Amstrong.2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Airlangga.
- Miles, Huberman.1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit UI Press.
- Moleong, Lexi J. 1991. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 135
- Moleong, Lexi J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal 9
- Tutorial Digital. 2009. "*Pengertian Domain*". Diakses pada <http://www.tutorialdigital.com/> diakses tanggal 23 Mei 2013.
- Rusiana, Yuniar. 2008. *Pemasaran Baru*. <http://lontar.ui.ac.id/> diakses tanggal 23 April 2013