

Pemanfaatan *E-Commerce Affiliate* Sebagai Media Promosi Pemasaran Digital Untuk Produktivitas Masyarakat

Habib Nurfaizal^{1*}, Afif Efendi², Dimas Eko Prasetyo³

¹⁻³Fakultas Ilmu Komputer, Sistem Informasi, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspiptek No. 46, Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia

Email: 1*dosen02807@unpam.ac.id, 2*dosen02808@unpam.ac.id, 3*dosen02809@unpam.ac.id

(* : coresponding author)

Abstrak– Dewasa ini perkembangan teknologi informasi begitu pesat. Sebut saja perkembangan telepon atau telepon seluler dan internet, keberadaannya memberikan pengaruh bagi berbagai aspek kehidupan. Baik kehidupan secara individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis. Selain mempermudah dan mempercepat proses komunikasi dan informasi, teknologi informasi juga dimanfaatkan dalam kegiatan usaha atau bisnis. Bermula dari cara penjualan yang dilakukan dengan saling bertatap muka antara penjual dan pembeli, berkembang menjadi penjualan yang bersistem digitalisasi atau akrabnya disebut dengan penjualan berbasis online. Sehingga munculah istilah “*e-commerce*”. *Ecommerce (electronic commerce)* adalah proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik, seperti telepon dan internet (Alwendi, 2020). Ada banyak sekali strategi pemasaran yang telah berkembang dari waktu ke waktu seperti Multi Level Marketing, *Reseller*, *Dropship* dan hingga sampai pada strategi pemasaran online yang sedang trending saat ini adalah *Affiliate Marketing*. *Affiliate Marketing* adalah sebuah aktivitas himpunan yang dalam hal ini melibatkan sebuah organisasi, perusahaan tertentu, bahkan situs yang bertujuan untuk mendatangkan profit antar kedua belah pihak yang terlibat. Berdasarkan analisis sosialisasi dari hasil pengabdian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa proses bisnis ini membuat peluang besar bagi masyarakat. Warga perumahan Pesona Rajeg Mulya 2 yang sebelumnya belum memahami cara kerja dari program afiliasi, dengan adanya sosialisasi dari tim dosen dan mahasiswa menjadi memahami dan mampu menerapkan dengan membuat akun afiliasi pada *e-commerce*.

Kata Kunci: *Business, E-Commerce, Afiliasi, Affiliate Marketing*

Abstract– *Nowadays the development of information technology is very rapid. Apart from the development of telephones or cell phones and the internet, its existence has an influence on various aspects of life. Both individual, social, and business life. Apart from simplifying and speeding up the communication and information process, information technology is also used in business or business activities. Starting from the sales method, which was carried out face to face between the seller and the buyer, it developed into a digitalized sales system, or what is familiarly called online-based sales. So the term "e-commerce" emerged. Ecommerce (electronic commerce) is the process of buying and selling transactions using electronic devices, such as telephones and the internet (Alwendi, 2020). There are many marketing strategies that have developed over time, such as multi-level marketing, reselling, dropshipping, and the online marketing strategy that is currently trending is affiliate marketing. Affiliate marketing is an association activity that, in this case, involves an organization, a particular company, and even a site that aims to bring profits to both parties involved. Based on the socialization analysis of the results of the service carried out, it can be concluded that this business process creates great opportunities for the community. Residents of the Pesona housing complex Rajeg Mulya 2 who previously did not understand how the affiliate program works, with the socialization from the team of lecturers and students, understand and are able to apply it by creating an affiliate account on e-commerce.*

Keywords: *Business, E-Commerce, Affiliate, Affiliate Marketing*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi ini membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Sebut saja perkembangan telepon atau telepon seluler dan internet, keberadaannya memberikan pengaruh bagi berbagai aspek kehidupan. Baik kehidupan secara individu, sosial maupun yang terkait dengan dunia usaha atau bisnis. Selain mempermudah dan mempercepat proses komunikasi dan informasi, teknologi informasi juga dimanfaatkan dalam kegiatan usaha atau bisnis. Banyak alat komunikasi dan informasi yang digunakan dalam kegiatan dunia usaha, seperti penggunaan telepon, fax, sms, email, website dan lain-lain. Bermula dari cara penjualan yang dilakukan dengan saling bertatap muka antara penjual dan pembeli, berkembang menjadi penjualan yang bersistem digitalisasi atau akrabnya disebut dengan penjualan berbasis online. Sehingga

munculah istilah “*e-commerce*”. *E-commerce (electronic commerce)* adalah proses transaksi jual beli dengan menggunakan alat elektronik, seperti telepon dan internet. Dengan berjalannya waktu dari masa ke masa, strategi memasarkan produk oleh para penjual juga turut berkembang. Para penjual harus pandai mencari akal supaya bagaimana para konsumen tertarik untuk membeli produk yang mereka jual. Terhitung hingga saat ini ada banyak sekali sistem pemasaran yang ditawarkan baik yang sifatnya online ataupun yang bersifat konvensional (Ramadhayanti, 2021). Pemasaran digital sudah sangat populer di era modern ini dan juga memberikan dampak positif bagi UMKM karena media sosial banyak digunakan oleh masyarakat baik dari remaja hingga orang tua. Sehingga banyak perusahaan besar yang memanfaatkan pemasaran digital sebagai salah satu strategi untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. *E-commerce* setidaknya memberikan enam buah dampak positif bagi operasi bisnis suatu perusahaan (Widani, et al, 2019). Keenam dampak tersebut yaitu: meningkatkan efisiensi, penghematan biaya, memperbaiki kontrol terhadap barang, memperbaiki rantai distribusi (*supply chain*), membantu perusahaan menjaga hubunganyang lebih baik terhadap pelanggan dan membantu perusahaan dalam menjaga hubungan yang lebih baik terhadap pemasok (*supplier*). *E-commerce* telah menjadi bagian penting dari kehidupan modern, memungkinkan transaksi yang lebih cepat, efisien, dan fleksibel dibandingkan metode perdagangan tradisional. Hadirnya e-commerce ini memungkinkan terciptanya sebuah persaingan yang sehat antar perusahaan, mulai dari perusahaan dengan skala kecil, menengah, hingga perusahaan dengan skala besar dalam rangka merebut pangsa pasar (Kangean & Rusdi, 2020).

Ada banyak sekali strategi pemasaran yang telah berkembang dari waktu ke waktu. Dimulai dengan sistem pemasaran dengan menggunakan sistem Multi Level Marketing, Reseller, Dropship dan hingga sampai pada strategi pemasaran online yang sedang trendingsaat ini adalah Affiliate Marketing. Affiliate Marketing adalah sebuah aktivitas himpunan yang dalam hal ini melibatkan sebuah organisasi, perusahaan tertentu, bahkan situs yang bertujuan untuk mendatangkan profit antar kedua belah pihak yang terlibat. Profit yang didapatkan harus melalui sebuah kesepakatan dengan melakukan aktivitas pengiklanan produk ataupun layanan yang ditawarkan (Andriyanti & Farida, 2022). Adapun sebutan untuk orang yang melakukan pengiklanan produk ini adalah Affiliator. Apabila Affiliator mampu mempengaruhi konsumen sehingga nantinya konsumen akan melakukan kunjungan pada sebuah website yang di iklankan, hingga pada tahap akhir konsumen akan melakukan sebuah transaksi pembelian berkat pengiklanan dari Affiliator, maka Affiliator akan mendapatkan sebuah komisi. Sederhananya, Affiliate Marketing ini adalah penawaran jasa pengiklanan yang dilakukan oleh seseorang untuk membantu memasarkan produk yang apabila sampai pada tahap transaksi maka akan mendapatkan komisi.

Perumahan Pesona Rajeg Mulya 2 berlokasi di Jl. Rajeg Raya, Kec. Rajeg, Kabupaten Tangerang, Banten 15540. Yang mana, dari hasil wawancara kami dengan perangkat Desa (RT) yaitu Bapak Abdul Azis, bahwa masih banyak warga terutama ibu-ibu yang belum memahami tentang konsep dan manfaat *affiliate* pada sebuah *E-Commerce*. Dengan populernya pemasaran digital ini tentu akan berdampak positif bagi warga yang mana berpotensi untuk mendapatkan pendapatan pasif, artinya dengan afiliasi dapat menghasilkan pendapatan dari komisi setiap kali seseorang membeli produk atau layanan melalui tautan yang dibagikan. Dengan upaya awal yang kuat, pendapatan bisa menjadi pasif.

Affiliate Marketing adalah strategi pemasaran berbasis kinerja di mana individu atau perusahaan (*affiliate*) mempromosikan produk atau layanan milik pihak lain (*merchant*) dan mendapatkan komisi atas tindakan tertentu yang dihasilkan dari promosi tersebut, seperti penjualan, klik, atau prospek (*leads*). Dalam model ini, *affiliate* bertindak sebagai mitra pemasaran yang membantu *merchant* menjangkau konsumen baru tanpa harus mengeluarkan biaya pemasaran di awal. *Merchant* hanya membayar *affiliate* jika hasil yang ditargetkan tercapai. Perkembangan Affiliate Marketing ini bermula ketika perusahaan telah memprediksi kemungkinan akan terjadinya perkembangan sistem pemasaran dengan bentuk yang lebih simpel yakni dengan cara saling menjalin mitra dengan perusahaan lain, baik didalam bisnis secara tradisional yang mempertemukan langsung antara penjual dan pembeli maupun bisnis yang dilakukan dengan cara digital (Rahman, 2022). Inilah yang menjadi sebab sebuah perusahaan memanfaatkan hubungan afiliasi ini, sehingga dengan adanya hubungan afiliasi ini perusahaan dapat untuk membuktikan strategi afiliasi merupakan konsepsi sistem pemasaran yang jauh lebih efektif dan mudah untuk diterapkan bagi perusahaan dan bagi mereka yang telah menjadi rekan bisnis yang dimanfaatkan jasanya. Saling

memberikan keuntungan merupakan konsep yang ditawarkan dari *Affiliate Marketing* ini. Komponen Utama dalam *Affiliate Marketing*. Berikut di antaranya:

1. *Merchant (Advertiser)*, pihak yang menyediakan produk atau layanan yang akan dipromosikan oleh *affiliate*.
2. *Affiliate (Publisher)*, individu atau organisasi yang mempromosikan produk atau layanan *merchant* melalui berbagai saluran pemasaran seperti blog, media sosial, situs web, atau email marketing.
3. *Platform* atau jaringan afiliasi (opsional), perantara yang menghubungkan *merchant* dan *affiliate*. *Platform* ini biasanya menyediakan teknologi untuk pelacakan, pembayaran, dan laporan kinerja.
4. Konsumen, pihak yang membeli produk atau mengambil tindakan tertentu setelah terpapar promosi *affiliate*.
5. Tautan atau kode afiliasi, media untuk melacak tindakan konsumen yang berasal dari *affiliate*, biasanya berupa tautan unik atau kode diskon khusus.

Program affiliate marketing memiliki mekanisme kerja bagi seseorang yang ingin menjadi afilior. Berikut diantaranya:

1. Pendaftaran Afiliasi

Afiliasi mendaftar ke program afiliasi *merchant* melalui platform atau langsung ke situs *merchant*. Setelah disetujui, afiliasi mendapatkan akses ke tautan afiliasi unik yang akan digunakan untuk melacak aktivitas pengguna.

2. Promosi Produk atau Layanan

Afiliasi mempromosikan produk melalui berbagai saluran seperti Blog/ Website untuk membuat ulasan, artikel, atau panduan. Kemudian melalui media sosial *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*. Cara lain bisa menggunakan email marketing dengan mengirim kampanye email dengan tautan afiliasi. Dan bisa juga dengan iklan berbayar (PPC) yaitu menggunakan *Google Ads* atau *Facebook Ads* dan lain sebagainya.

3. Penggunaan Tautan Afiliasi

Tautan afiliasi memiliki kode pelacakan unik (misalnya, *?ref=ID-afiliasi*) untuk mengidentifikasi bahwa pengguna berasal dari promosi afiliasi.

4. Aktivitas oleh Konsumen

Ketika konsumen mengklik tautan afiliasi, mereka diarahkan ke situs *merchant*. Jika konsumen melakukan pembelian, mendaftar, atau melakukan tindakan lain yang ditentukan oleh *merchant* (misalnya, mengisi survei), afiliasi mendapatkan kredit.

5. Pelacakan dan Konversi

Platform afiliasi menggunakan teknologi seperti *cookies* atau *fingerprint tracking* untuk mencatat aktivitas pengguna seperti *cookie duration* yaitu rentang waktu di mana afiliasi tetap mendapatkan komisi jika pengguna membeli (misalnya, 7 hari atau 30 hari).

6. Pembayaran Komisi

Setelah tindakan yang diinginkan selesai (seperti pembelian), afiliasi menerima komisi. Komisi biasanya dihitung berdasarkan persentase penjualan, contoh 5%-10% dari nilai transaksi. Kemudian biaya tetap per *Lead/Click*, contoh \$2 per klik atau \$10 per pendaftaran. Pembayaran dilakukan secara berkala (bulanan, mingguan) melalui metode seperti *PayPal*, transfer bank, dan lain sebagainya.

Dengan judul kegiatan PKM “Pemanfaatan E-Commerce Affiliate Sebagai Media Promosi Pemasaran Digital Untuk Produktivitas Masyarakat”, mengapa kegiatan PKM ini perlu dilakukan di Perumahan Pesona Rajeg Mulya 2. Pada dasarnya adalah memberikan kesempatan atau peluang bagi masyarakat untuk mengenal program *affiliate*. Program *affiliate* adalah sebuah sistem pemasaran berbasis komisi, di mana seseorang (*affiliate*) mempromosikan produk atau jasa milik suatu perusahaan dan mendapatkan komisi atas setiap penjualan, prospek, atau tindakan lain yang

berhasil melalui tautan atau kode afiliasi unik. Program *affiliate* adalah salah satu cara yang menarik untuk menghasilkan uang secara online dengan fleksibilitas tinggi dan potensi penghasilan besar jika dikelola dengan baik, harapannya dengan materi yang telah disampaikan oleh tim PKM dapat menambah pengetahuan dan memanfaatkan program *affiliate e-commerce*. Dengan mengenalkan kepada warga masyarakat bagaimana membuat akun, mendaftar program *affiliate* dan memulai untuk menjalankan program tersebut untuk berjualan secara online.

2. METODE PELAKSANAAN

2.1 Metode Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara datang ke Perumahan Pesona Rajeg Mulya 2 Tangerang, diawali dengan melakukan observasi dan wawancara dengan pihak RT untuk mengetahui kondisi di lapangan. Setelah selesai berdiskusi dengan pihak RT maka perancangan kegiatan yang akan diadakan di perumahan tersebut, dirancang dan disiapkan sebaik mungkin seperti mempersiapkan paparan materi, memastikan tempat dan perangkat yang akan digunakan untuk menyampaikan materi dan pelatihan kepada warga. Pada saat akan melaksanakan sosialisasi dan pelatihan dibantu oleh pihak RT untuk menyampaikan bahwa akan diadakan kegiatan pada hari Sabtu 12 Oktober 2024 pukul 19:30 – 22.00 WIB. Metode kegiatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode ceramah, tanya jawab dan diskusi antara tim dengan para peserta/ warga di perumahan Pesona Rajeg Mulya 2.

2.2 Khalayak Sasaran

Sasaran program pengabdian masyarakat yang akan di tuju adalah warga Perumahan Pesona Rajeg Mulya 2 berlokasi di Jl. Rajeg Raya, Kec. Rajeg, Kabupaten Tangerang, Banten, yang berjumlah 36 orang.

Tabel 1. Agenda Kegiatan PKM

Hari/ Waktu	Materi	Pemateri
Sabtu 12 Oktober 2024 Pukul 19:30 – 22:00 WIB	Pengenalan program afiliasi secara umum.	Habib Nurfaizal, S.Kom., M.Kom.
	Pengenalan mekanisme dan cara kerja dari program <i>affiliate marketing</i> .	Dimas Eko Prasetyo, S.Kom., M.Kom
	Implementasi pembuatan akun pada <i>e-commerce</i> untuk mendaftar afiliasi.	Afif Efendi, S.Kom., M.Kom

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 12 Oktober 2024 di Perumahan pesona Rajeg Mulya 2 yang berlokasi di Jl. Rajeg Raya, Kec. Rajeg, Kabupaten Tangerang. Tim pengabdian yang terlibat dalam kegiatan ini adalah dosen dan mahasiswa dari program studi, Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang. Tema yang diusung dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah “Pemanfaatan E-Commerce Affiliate Sebagai Media Promosi Pemasaran Digital Untuk Produktivitas Masyarakat”. Rangkaian kegiatan yang dilakukan diawali dengan pembahasan materi tentang Pengenalan program afiliasi pada *e-commerce* secara umum, selanjutnya pembahasan materi kedua dengan menyampaikan mekanisme dan cara kerja dari program *affiliate marketing*. Kemudian yang terakhir yaitu implementasi pembuatan akun pada *e-commerce* untuk mendaftar program afiliasi dengan melakukan praktikum secara langsung yang diikuti oleh 36 warga perumahan pesona Rajeg Mulya 2, Tangerang.



Gambar 1. Sambutan dan Pengantar Materi

Pada sesi pertama materi yang diberikan oleh Habib Nurfaizal, S.Kom., M.Kom berupa pengenalan program afiliasi secara umum untuk memberikan gambaran apa yang dimaksud dengan program afiliasi pada *e-commerce*. Setelah itu pada sesi kedua materi yang disampaikan oleh Dimas Eko Prasetyo, S.Kom., M.Kom yaitu mengenai mekanis dan cara kerja dari program affiliate marketing untuk memahami bagaimana sistem bekerja dan mendapatkan profit/ keuntungan penjualan.

Setelah pemberian materi selesai selanjutnya sesi tanya jawab, disini para warga perumahan pesona Rajeg Mulya 2 Tangerang, antusias bertanya mengenai materi yang telah disampaikan mulai dari cara memilih program *affiliate* pada *e-commerce* bahwa program, tersebut real atau tidak, bagaimana memilih produk yang tepat, langkah-langkah untuk membuat video serta waktu-waktu upload agar video afiliasi dapat menjangkau banyak *viewer* dan lain sebagainya.

Selanjutnya yaitu sesi praktikum dengan menggunakan akun *e-commerce* masing-masing warga untuk mendaftar program afiliasi. Pada sesi ini diinstrukturi oleh Afif Efendi, S.Kom., M.Kom dan dibantu oleh mahasiswa dengan memberikan contoh langkah demi langkah untuk membuat akun dan membuat video promosi.



Gambar 2. Praktikum Pembuatan Akun Afiliasi

Setelah praktikum selesai, diadakan kembali sesi pertanyaan atau *quiz* untuk memberikan *doorprize* kepada warga yang berhasil membuat akun dan video afiliasi tepat waktu dan mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari narasumber.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab dan Pemberian *Doorprize*



Gambar 4. Foto Bersama Kegiatan PKM

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil sosialisasi pengabdian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Warga perumahan pesona rajeg mulya 2 masih banyak yang belum mengetahui tentang program affiliate yang ditawarkan oleh e-commerce, sehingga cukup tepat untuk tim Dosen dan mahasiswa membawakan tema tentang *affiliate marketing*
2. Beberapa platform e-commerce sudah dimiliki oleh warga, hanya saja mereka belum membuat akun untuk dapat menggunakan program *affiliate*.

Dengan adanya sosialisasi dan pelatihan langsung untuk membuat akun *affiliate*, warga menjadi paham bagaimana untuk memulai berjualan dengan membuat video promosi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ucapkan Terima kasih kepada LPPM Universitas Pamulang yang telah memfasilitasi kegiatan PKM ini, Kepala Sekolah SMK IT Bina Adzkie yaitu Bapak Farhan Maulana, S.Pd dan Ibu Dwi Sinta Septiani, S.Pd selaku bidang kesiswaan yang memberikan tempat, ruang dan kerjasamanya, Mahasiswa/I Prodi Sistem Informasi yang membantu memberikan materi kegiatan, siswa-siswi SMK IT Bina Adzkie yang antusias luar biasa dalam mengikuti rangkaian kegiatan.

Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat merupakan kewajiban civitas academica Perguruan Tinggi sebagai bagian dari tri dharma pendidikan di Perguruan Tinggi. Selain kompetensi akademik dan komitmen sosial, kegiatan ini butuh kesamaan langkah, kesepa-haman, kerjasama, dan koordinasi diantara para pihak yang terlibat didalamnya.



Untuk itu dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang berupaya melakukan kontribusi dan usaha terbaik dalam melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Pamulang yang telah memberikan kemudahan dan dukungan selama kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung.
2. Ketua LPPM Universitas Pamulang yang telah mendorong pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat.
3. Ketua RT perumahan Pesona Rajeg Mulya 2 yang telah turut memberikan kami ruang dalam kegiatan ini.
4. Warga perumahan Pesona Rajeg Mulya yang hadir dalam kegiatan PKM sebagai audiens.
5. Dosen-dosen, Staf, dan Mahasiswa baik dari program studi Sistem Informasi maupun dari program studi lain yang ikut terlibat dalam kegiatan pengabdian ini.

Akhir kata semoga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi warga perumahan Pesona Rajeg Mulya 2. Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya kepada kita semua, Amin.

REFERENCES

- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 317-325.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate , Kualitas Produk , Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada. *Forum Bisnis Dan KewirausahaanJurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Kangean, S., & Rusdi, F. (2020). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Persaingan E-Commrece di Indonesia. *Prologia*, 4(2), 280. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6504>.
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24–37.
- Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan. *Al-KALAM JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 8(1), 94.
- Widani, N.M., Abiyasa, A.P., Darma, G.S. (2019). Menguji Ketajaman Implementasi ECommerce Dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 16 (2): 79-98.