

Optimalisasi *Shopee Affiliate Marketing*: Pendekatan Terintegrasi Pelatihan-Pendampingan untuk Meningkatkan *Passive Income* Mahasiswa

Riswandi¹, Fitra Dila Lestari², Siti Fatimah Zahra³, Syalwa Fajrilianti⁴, Siti Nazla⁵, Najma Arafat⁶

S1 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

¹riswandi@unj.ac.id, ²fitradilalestari@unj.ac.id, ³sitifatimah@unj.ac.id, ⁴syalwafajriliantizahra@gmail.com,

⁵nazla.humaira2005@gmail.com, ⁶najmaarafat144@gmail.com

Abstract

The development of the digital economy opens significant opportunities for students to generate passive income through technology-based businesses, one of which is affiliate marketing. However, this potential is hindered by limited digital literacy and social media optimization skills. To address these challenges, the Social Media Optimization Workshop for Affiliate Marketing was conducted as an effort to enhance students' digital entrepreneurship skills. This activity aims to improve digital literacy, train affiliate marketing skills from content creation to monetization, and create sustainable digital entrepreneurship opportunities. The training was conducted interactively and practically, covering the creation of affiliate accounts, optimization of participants' social media platforms, and video content production. Post-workshop mentoring was also provided to ensure the implementation of acquired skills. The results showed that 85% of participants successfully created and activated Shopee Affiliate accounts, 78% were able to produce engaging promotional content that met platform standards, and 60% of participants actively uploaded content consistently within 2 weeks post-workshop. Through this activity, it is expected to enhance students' digital entrepreneurship skills, as evidenced by active social media accounts, particularly Shopee Affiliate, which can be utilized by participants as an effort to increase passive income and promote the creation of sustainable technology-based independent entrepreneurship.

Keywords: Affiliate, marketing, entrepreneurship, digital, social media

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital membuka peluang besar bagi mahasiswa untuk memperoleh pendapatan pasif melalui bisnis berbasis teknologi, salah satunya adalah affiliate marketing. Namun, potensi ini terhambat oleh minimnya literasi digital dan keterampilan optimalisasi media sosial. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan Workshop Optimalisasi Media Sosial untuk Affiliate Marketing dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital, melatih keterampilan affiliate marketing mulai dari pembuatan konten hingga monetisasi, serta menciptakan peluang wirausaha digital berkelanjutan. Pelatihan dilaksanakan secara interaktif dan praktis, mencakup pembuatan akun afiliasi, optimasi media sosial yang dimiliki setiap peserta, dan produksi konten video. Pendampingan pasca-workshop juga tetap dilakukan untuk memastikan implementasi keterampilan yang diperoleh. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 85% peserta berhasil membuat dan mengaktifkan akun Shopee Affiliate, 78% mampu menghasilkan konten promosi yang menarik dan sesuai standar platform, serta 60% peserta aktif mengunggah konten secara konsisten dalam 2 minggu pasca-workshop. Melalui kegiatan ini, diharapkan mampu meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa yang dapat dibuktikan dengan aktifnya akun media sosial, khususnya Shopee Affiliate, yang bisa dimanfaatkan oleh peserta sebagai upaya meningkatkan passive income dan mendorong terciptanya wirausaha mandiri berbasis teknologi berkelanjutan.

Kata Kunci: Affiliate, marketing, kewirausahaan, digital, media sosial.



1. Pendahuluan

Mahasiswa saat ini menghadapi tantangan besar dalam beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial sebagai alat untuk menciptakan peluang usaha. Adanya media sosial di era digital saat ini tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi saja tetapi juga berperan sebagai media untuk menghasilkan uang ataupun mengembangkan usaha [12]. Hasil survei internal yang dilakukan terhadap 120 mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Manajemen di Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa 75% mahasiswa aktif menggunakan media sosial (Instagram, TikTok, dan YouTube), namun hanya 20% yang menggunakan secara produktif untuk keperluan bisnis atau kewirausahaan.

Lebih lanjut, dari 30 responden yang telah mencoba *affiliate marketing*, 70% mengaku mengalami kebingungan dalam menentukan niche pasar, membuat konten promosi yang efektif, dan memanfaatkan tools digital untuk mengoptimalkan performa kampanye. Masalah yang paling banyak dihadapi adalah:

1. Rendahnya Literasi Digital Kewirausahaan
2. Kurangnya Pelatihan Teknis Pembuatan Konten
3. Tidak Adanya Program Pendampingan yang Terstruktur
4. Kesenjangan Infrastruktur Digital
5. Minimnya Kolaborasi dan Jaringan Bisnis

Dampak dari permasalahan ini bukan hanya berujung pada rendahnya minat berwirausaha namun juga pemanfaatan peluang usaha dari adanya media sosial yang kurang. Oleh karena itu, fenomena jejaring sosial di Indonesia yang masif pada saat ini bisa dimanfaatkan sebagai *Advertising Tool* untuk promosi dan menjual produk [13]. Pada era digital yang didominasi oleh penetrasi media sosial yang masif, mahasiswa memiliki peluang unik untuk memanfaatkan platform ini sebagai sumber pendapatan pasif melalui *affiliate marketing* [1], [16]. Media sosial telah berkembang menjadi ekosistem yang kompleks, melampaui fungsi awalnya sebagai alat komunikasi interpersonal, dan kini menjadi arena dinamis untuk pemasaran, branding, dan interaksi komersial [2], [3].

Pemanfaatan media sosial sebagai media pemasaran online telah menjadi tren yang signifikan [4], [17]. *Affiliate marketing* merupakan sebuah konsep di bidang bisnis yang memiliki sistem di mana pihak ketiga diberikan kompensasi dari penjual untuk bisa melakukan promosi dari layanan atau produk yang

ditawarkan [9]. Strategi pemasaran afiliasi, penjualan, dan perilaku konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen, yang menyoroti pentingnya memahami dinamika ini untuk keberhasilan pemasaran afiliasi [5]. Mahasiswa, sebagai kelompok demografis yang melek teknologi dan aktif di berbagai platform media sosial, memiliki potensi besar untuk menguasai lanskap pemasaran afiliasi ini. Digital marketing merupakan sistem yang menerapkan pemasaran untuk menjangkau konsumen secara efektif dan efisien [6].

Memahami potensi penuh media sosial dalam konteks pemasaran afiliasi memerlukan analisis mendalam tentang bagaimana platform ini memfasilitasi interaksi antara afiliasi, konsumen, dan produk. Media sosial menawarkan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menargetkan audiens tertentu berdasarkan demografi, minat, dan perilaku [7]. Kemampuan ini sangat berharga bagi pemasar afiliasi yang ingin menjangkau audiens yang tepat untuk produk yang mereka promosikan.

Media sosial memungkinkan pemasar afiliasi untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens mereka melalui interaksi reguler, konten yang menarik, dan umpan balik langsung. Hal ini dapat mengarah pada peningkatan kepercayaan dan loyalitas, yang pada akhirnya mendorong lebih banyak konversi.

Strategi pemasaran afiliasi di media sosial melibatkan pembuatan konten yang menarik, berbagi tautan afiliasi, dan berinteraksi dengan audiens untuk membangun kepercayaan dan otoritas. Strategi komunikasi di media sosial sangat penting dalam meningkatkan citra merek, menunjukkan bahwa kehadiran media sosial yang efektif dapat berkontribusi pada persepsi merek yang positif [8], [18]. Melalui *affiliate marketing*, mahasiswa juga bisa menyalurkan kemampuan mereka dalam bermain media sosial menjadi keuntungan dan bisa mencapai kondisi finansial yang stabil di era digital saat ini [10] [19]. Hal ini yang menjadi urgensi kegiatan workshop dalam rangka optimisasi media sosial untuk *Affiliate Marketing* yang dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan digital mahasiswa, dan meningkatkan *passive income* mahasiswa.

Berdasarkan kondisi tersebut, rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah: Bagaimana meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam mengoptimalkan media sosial untuk *affiliate marketing* melalui program pelatihan dan pendampingan yang terstruktur? Untuk menjawab permasalahan tersebut,

kegiatan *Workshop Optimalisasi Media Sosial* untuk *Shopee Affiliate Marketing* dilaksanakan dengan tujuan: (1) Meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis mahasiswa dalam *affiliate marketing*; (2) Melatih mahasiswa dalam pembuatan konten promosi yang efektif dan monetisasi melalui *platform Shopee Affiliate*; (3) Menyediakan pendampingan *pasca-workshop* untuk memastikan implementasi berkelanjutan; dan (4) Menciptakan peluang wirausaha digital yang berkelanjutan sebagai sumber *passive income* bagi mahasiswa.

2. Metode Pengabdian Masyarakat

Untuk mengimplementasikan program pengabdian masyarakat yang efektif dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk *affiliate marketing* di kalangan mahasiswa, diperlukan metodologi yang terstruktur dan komprehensif. Metodologi ini mencakup serangkaian tahapan yang saling terkait, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, dengan tujuan akhir memberdayakan mahasiswa agar mampu menghasilkan *passive income* secara berkelanjutan melalui platform digital.

Program pengabdian masyarakat ini melibatkan 25 mahasiswa aktif dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta (FEB UNJ) yang dipilih berdasarkan kriteria: (1) Memiliki akun media sosial aktif (Instagram/Shopee); (2) memiliki minat dalam bidang digital marketing atau entrepreneurship; (3) Bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dari awal hingga akhir; dan (4) Berkomitmen untuk menerapkan ilmu yang diperoleh dalam praktik *affiliate marketing*. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut :

2.1 Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui survei online menggunakan Google Forms yang disebarluaskan kepada calon peserta untuk memahami tingkat pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman mahasiswa dalam menggunakan media sosial untuk tujuan komersial. Survei mencakup pertanyaan terkait: pengalaman menggunakan media sosial untuk bisnis, pemahaman tentang *affiliate marketing*, kendala yang dihadapi dalam pemasaran digital, serta ekspektasi terhadap program pelatihan. Hasil survei dianalisis secara deskriptif untuk merancang materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan peserta.

2.2 Sosialisasi Program

Sosialisasi dilakukan melalui persiapan dan koordinasi dalam rapat awal dengan pihak FEB UNJ sebagai mitra untuk memperkenalkan program, menjelaskan tujuan, manfaat, dan target luaran. Pada tahap ini juga dilakukan finalisasi jadwal kegiatan, pembagian tugas tim pelaksana, serta penyiapan materi dan peralatan yang diperlukan untuk pelatihan.

2.3 Pelaksanaan Pelatihan dan Praktik

Pelatihan dilaksanakan dengan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung. Materi pelatihan mencakup:

Sesi 1: Pengenalan konsep *affiliate marketing*, cara kerja sistem afiliasi, dan pemilihan platform e-commerce yang tepat.

Sesi 2: Strategi optimalisasi media sosial untuk *affiliate marketing*, termasuk algoritma platform dan teknik engagement.

Sesi 3: Produksi konten digital meliputi fotografi produk menggunakan smartphone, videografi promosi sederhana, dan copywriting yang persuasif

Sesi 4: Praktik pendaftaran sebagai afiliator di platform e-commerce (Shopee)

Setiap peserta wajib membuat minimal 1 konten promosi afiliasi selama pelatihan yang dipublikasikan di akun media sosial pribadi mereka.

2.4. Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi dilakukan secara komprehensif menggunakan beberapa instrumen untuk mengukur efektivitas program:

1. Pre-test dan Post-test: Diberikan sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta tentang *affiliate marketing* dan strategi media sosial. Instrumen berupa kuesioner tertulis dengan 20 soal pilihan ganda dan 5 soal essay.
2. Angket Kepuasan Peserta: Disebarluaskan pada akhir pelatihan untuk mengukur tingkat kepuasan terhadap materi, metode penyampaian, kompetensi instruktur, dan fasilitas. Angket menggunakan skala Likert 1-5 dengan 15 pertanyaan. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan menghitung persentase dan rata-rata skor kepuasan.
3. Observasi Praktik: Tim pelaksana melakukan observasi langsung terhadap kemampuan peserta dalam membuat konten dan menggunakan platform afiliasi. Penilaian menggunakan rubrik dengan aspek: kreativitas konten (30%), kualitas visual (25%), copywriting (25%), dan teknis penggunaan platform (20%).
4. Portofolio Konten Digital: Setiap peserta mengumpulkan minimal 1 konten promosi yang telah dipublikasikan sebagai bukti penerapan ilmu. Konten dinilai berdasarkan kriteria kesesuaian dengan prinsip *affiliate marketing*, daya tarik visual, dan potensi engagement.

2.5. Monitoring dan Pendampingan Pasca-Program

Monitoring dilakukan selama 3 bulan setelah pelatihan melalui grup WhatsApp dan konsultasi online. Tim pelaksana memberikan pendampingan ringan berupa: *feedback* terhadap konten yang dibuat peserta, saran optimalisasi strategi, *troubleshooting* kendala teknis, dan motivasi untuk konsistensi. Pada akhir periode monitoring, dilakukan survei

keberlanjutan untuk mengukur: jumlah konten yang diproduksi, jumlah klik/transaksi afiliasi yang dihasilkan, kendala yang dihadapi, dan rencana keberlanjutan praktik affiliate marketing. Data dari seluruh tahapan evaluasi dan monitoring dianalisis secara deskriptif.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara interaktif, narasumber mengajak peserta workshop bukan hanya sekedar mendengarkan materi yang disampaikannya tetapi juga mengajak peserta untuk masuk ke dunia *affiliate marketing Shopee*. Dari kegiatan ini bisa mendorong munculnya salah satu proses pemberdayaan ekonomi yang keberhasilannya bisa dilihat dari kondisi dan hasil akhir yang memberikan dampak positif bagi mahasiswa agar semakin berdaya atas pendapatannya [11]. Sehingga diharapkan bukan hanya wawasan saja yang mereka dapatkan dari workshop ini melainkan juga bagaimana cara mereka mengaplikasikannya dalam kehidupan mereka sehari-hari dan mendapatkan penghasilan tambahan dari sana.

Materi workshop yang disampaikan secara praktis yang dapat langsung dipraktikkan oleh peserta. Narasumber juga menyelipkan beberapa video serta contoh lainnya yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial dalam *Affiliate marketing* sehingga peserta mengetahui secara riil bagaimana alur kerja dari *affiliate marketing* pada *Shopee*. *Shopee Affiliate* merupakan suatu program yang terdapat di platform *Shopee* yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk melalui pembuatan video dan membuat video atau konten tersebut akan mendapatkan komisi sebagai imbalan [14]. Narasumber juga menjelaskan keuntungan-keuntungan lainnya yang didapat melalui *affiliate marketing* bagi mahasiswa. Praktik dan pendampingan yang terarah juga dilakukan oleh narasumber supaya dapat mengoptimalkan penggunaan platform digital seperti *Shopee* dalam pemasaran produk [15]. Proses penyampaian materi seperti tampak pada gambar 1.



Gambar 1. Penyampaian Materi Oleh Narasumber
Sumber: Diolah Pengabdi (2025)

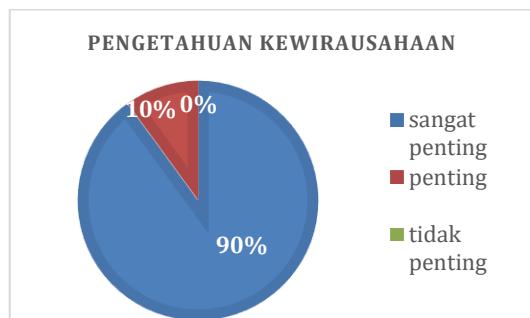
Setelah sesi penyampaian materi dan praktik selesai, peserta diperkenankan untuk bertanya terkait materi maupun praktik yang telah dilakukan sebelumnya. Dapat dilihat pada sesi ini antusiasme peserta dalam bertanya, sebagian besar peserta bertanya akan kasus-kasus yang pernah mereka alami ketika mereka memulai memasuki dunia *affiliate marketing*. Selain itu, peserta juga meminta semacam tips atau metode efektif lainnya terkait *affiliate marketing* di *Shopee*. Narasumber merespons seluruh pertanyaan peserta dengan sangat baik dengan menjawab dan menampilkan bukti-bukti nyata yang relevan dengan pertanyaan peserta.

Antusiasme peserta yang sangat tinggi dalam merespon pemberian materi yang dibuktikan dengan munculnya berbagai pertanyaan yang bervariasi seputar topik yang dibahas yang tampak pada gambar 2. Adanya teori dan contoh-contoh terkait pengoptimalan media sosial untuk *affiliate marketing* dinilai penting supaya peserta dapat memanfaatkan potensi yang mereka miliki untuk menambah pendapatan mereka.



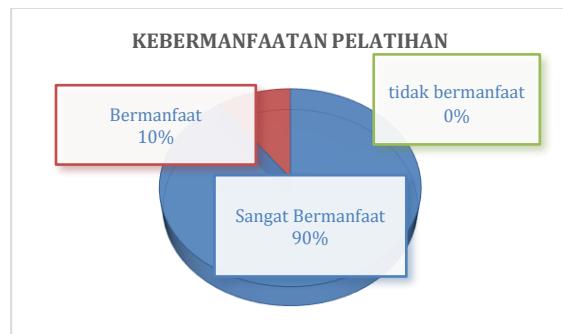
Gambar 2. Sesi Tanya Jawab Pelatihan
Sumber: Diolah Pengabdi (2025)

Evaluasi dari kegiatan ini salah satunya dilihat dari jawaban kuesioner yang disebar kepada para peserta setelah kegiatan selesai, sebagai tanggapan terkait pengoptimalan media sosial dalam *affiliate marketing* bagi mahasiswa. Berdasarkan hasil survei, 90% peserta setuju bahwa pengetahuan kewirausahaan sangat penting dan 10% menjawab penting bagi mahasiswa seperti pada gambar 3, maka dari itu workshop ini bisa menjadi wadah untuk mengembangkan wawasan kewirausahaan mahasiswa.



Gambar 3. Hasil Survey Peserta Pelatihan
Sumber : Data Diolah Pengabdi (2025)

Selain itu, sebanyak 90% peserta memberikan ulasan positif yang mengatakan bahwa workshop yang diadakan sangat bermanfaat, serta 10% menyatakan bermanfaat, seperti terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Hasil Survey Peserta Pelatihan
Sumber : Data Diolah Pengabdi (2025)

Peserta pelatihan menyampaikan bahwa narasumber yang mengisi pada kegiatan workshop sangat baik dalam memberikan ilmunya terkait pengoptimalan media sosial untuk *affiliate marketing* dikarenakan di sela-sela materi, narasumber juga memberikan arahan untuk peserta mendaftarkan diri sebagai *affiliate marketer*. Materi yang dibawakan oleh narasumber juga dinilai baik dan mudah dipahami oleh peserta, sebanyak 80% peserta merasakan bahwa dengan mengikuti workshop ini pengetahuan mereka terkait kewirausahaan meningkat. Hasil survei seperti yang ada pada gambar 5.



Gambar 5. Hasil Survey Peserta Pelatihan
Sumber : Data Diolah Pengabdi (2025)

Secara keseluruhan, para peserta pelatihan menilai penyelenggaraan workshop ini sangat baik dan yang paling utama, semua peserta setelah kegiatan ini secara khusus sudah mendaftar sebagai *shopee affiliate* dan praktik langsung.

4. Kesimpulan

Affiliate marketing memberikan peluang besar bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk memperoleh *passive income* di tengah perkembangan ekonomi digital saat ini. Namun demikian, kurangnya literasi digital dan kemampuan optimalisasi media sosial menjadi hambatan utama dalam memanfaatkan peluang ini. Kegiatan Workshop Optimalisasi Media Sosial untuk *Shopee Affiliate Marketing* dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan keterampilan

kewirausahaan digital mahasiswa. Melalui kegiatan ini, mahasiswa dilatih untuk meningkatkan literasi digital dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, mengembangkan keterampilan *affiliate marketing* mulai dari pembuatan konten hingga monetisasi platform digital, serta menciptakan peluang wirausaha digital yang dapat menghasilkan *passive income* secara berkelanjutan.

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilakukan secara interaktif dan praktis, mencakup pembuatan akun afiliasi, optimasi media sosial, teknik *copywriting*, serta produksi video promosi dengan *voice over* dan *running text*. Hasil evaluasi menunjukkan pencapaian signifikan: (1) 85% peserta berhasil membuat dan mengaktifkan akun *Shopee Affiliate*; (2) 78% peserta mampu memproduksi konten promosi yang menarik dan memenuhi standar platform; (3) 60% peserta aktif mengunggah konten secara konsisten dalam 2 minggu pasca-workshop; (4) 80% peserta melaporkan peningkatan pengetahuan kewirausahaan digital mereka; dan (5) 70% peserta menilai kualitas narasumber dan materi pelatihan sangat baik.

Meskipun kegiatan ini menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, durasi *workshop* yang relatif singkat (satu hari) membatasi kedalaman materi dan praktik yang dapat diberikan. Kedua, fokus kegiatan hanya pada satu platform (*Shopee Affiliate*) sehingga peserta belum terpapar dengan platform *affiliate marketing* lainnya seperti Tokopedia, Lazada, atau program afiliasi internasional yang mungkin menawarkan peluang lebih beragam. Ketiga, pendampingan pasca-workshop masih terbatas pada periode 2 minggu, yang mungkin belum cukup untuk memastikan keberlanjutan usaha jangka panjang.

Untuk kegiatan selanjutnya, disarankan untuk: (1) memperpanjang durasi pelatihan menjadi minimal 2 hari dengan sesi praktik yang lebih intensif; (2) memperluas cakupan platform *affiliate marketing* yang dibahas; (3) memperpanjang periode pendampingan menjadi minimal 1-2 bulan dengan sistem mentoring berkelanjutan; dan (4) membentuk komunitas alumni workshop untuk berbagi pengalaman dan saling mendukung dalam mengembangkan bisnis *affiliate marketing*. Dengan perbaikan ini, diharapkan dapat lahir wirausahawan baru yang terus berkembang sesuai dengan dinamika perkembangan teknologi dan ekonomi digital.

Daftar Rujukan

- [1] Muskita, M., & Muskita, S. M. W. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat belajar mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UKIM. *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora (JSSH)*, 2(2), 70.
- [2] Putri, S. T. O., & Sulaeman, E. (2022). Pengaruh digital marketing dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen coffee shop pada Kedai Kopi Anaqi di Kabupaten Subang. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 7(2), 906.

- [3] Haryanto, H., Delfina, D., Jessica, J., Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatan UMKM JHN Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 181.
- [4] Bastomi, M., & Musodikin, I. (2021). Pemanfaatan sosial media sebagai media pemasaran online produk batu batako. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(2), 90.
- [5] Erislan, E. (2024). Affiliate marketing strategy to increase online sales. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(2), 321.
- [6] Pratama, A., & Yunina, R. (2021). Model pemasaran digital produk Sana Drinks melalui Instagram Ads dan jasa pengiklanan Kooda dalam meningkatkan volume penjualan. *Sisfo Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 5(2).
- [7] Panjaitan, R. (2022). Mediating role of customer engagement: Brand image enhancement from social-media marketing. *Jurnal Maksipreneur Manajemen Koperasi dan Entrepreneurship*, 12(1), 11.
- [8] Prawityasari, A., Nabila, A. P., & Hutagalung, Y. B. (2022). Strategi komunikasi media sosial dalam meningkatkan citra merek. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 938.
- [9] Devega, M., Yuhelmi, & Nyoto, R. L. V. (2024). Optimalisasi affiliate marketing sebagai peluang bisnis bagi generasi milenial. *J-COSCIS: Journal of Computer Science Community Service*, 4(2), 176.
- [10] Viona, T., Putri, S. E., Siadari, E. N. S., & Maulana, A. A. (2025). Pemanfaatan TikTok affiliate sebagai peluang bisnis bagi mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1).
- [11] Hamzah, M. W., Mulyana, A., & Faisal, Y. A. (2023). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui affiliate marketing dan peningkatan pendapatan afiliator. *Al-Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3242.
- [12] Rahayu, Y., Zuhriatusobah, J., Lukman, N. M., Grisela, D., Septiani, S., Anggraeni, R., & Septiani, G. (2025). Pengenalan potensi monetisasi: Peran media sosial sebagai sumber pendapatan bagi remaja. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(2), 901.
- [13] Paranoan, N., Askikarno, C., & Sau, M. (2022). Mengungkap strategi penerapan digital marketing dalam meningkatkan pendapatan UMKM produk kuliner di Makassar. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 4(1), 62.
- [14] Adiguna, P., Sasongko, F., Nurhayati, Firmansyah, & Fayruz, M. (2025). Optimalisasi penggunaan affiliate marketing terhadap business to business (B2B). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 3.
- [15] Aeni, I. Q., Karnili, Y., Wahyono, P., & Nurjanah, E. (2025). Optimalisasi media sosial dan marketplace dalam digital marketing bagi siswa akuntansi SMK Karya Mandiri Nusawungu. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(8), 3918.
- [16] Pramesti, G. N. D. P. (2023). Affiliate Marketing Business as a Digital Entrepreneurship Model: An Analysis of Opportunities and Challenges in the Creative Economy Era 2025. *International Journal of Social Research*, 1(1), 39-50.
- [17] Indrawan, M. I., Fikri, R. A., Hasibuan, H. A., & Widianto, D. E. (2025). Building An Adaptive Entrepreneurial Mindset: The Role Of Dropshipping And Affiliate Marketing In Industry 4.0 Education. In *Proceedings of International Conference on Islamic Community Studies* (pp. 2273-2282).
- [18] Kwang sawad, A., & Chaipattanametee, P. (2013). Factor to Accomplish the Affiliate Marketing for Internet Entrepreneur: a preparation to AEC.
- [19] Shamsuddin, R., Aziz, A. A., Hamid, R., Ariffin, M. Z., & Rahman, S. A. (2024). Empowering digital marketing among B40 entrepreneurs in Kelantan through E-module affiliate program. *1st Proceedings on Advancing Sustainable Entrepreneurship through Business Ideation*, 41-46.