

Pendampingan Digital Marketing melalui Shopee Affiliate dalam Meningkatkan Ekonomi Desa Ngrogung

Ahmad Nur Mufti¹, Setia Dwi Ratnawati²

¹ Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

² Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia

Abstract

The purpose of this research is to understand how Shopee's affiliate program uses a prediction system and what benefits it offers to users and sellers. Affiliate marketing is a type of partnership where businesses, groups, or individuals earn money when someone makes a purchase through their promotion. Shopee's affiliate program is the company's official program for website creators who want to increase their income by promoting Shopee products on social media. The first step was collecting data from several influential users of the Shopee affiliate program. However, because it's easy to use and offers many benefits, this approach might change how people spend their money.

Keywords

E-Commerce, Affiliate Shopee, Digital Marketing

Corresponding Author

Ahmad Nur Mufti

Institut Agama Islam Sunan Giri (INSURI) Ponorogo, Indonesia; ahmad313.anm@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak besar terhadap perubahan berbagai sektor, termasuk pendidikan dan ekonomi (Gultom dkk., 2024). Salah satu perkembangan yang sangat menonjol adalah munculnya sistem pemasaran digital (digital marketing) yang memungkinkan seseorang atau kelompok untuk memasarkan produk secara luas hanya dengan menggunakan perangkat digital, yang disebut dengan e-commerce (Octaviani dkk., 2024). E-commerce sudah berkembang pesat sejak tahun 1995. Pertumbuhan cepat ini didorong oleh kemampuan internet dan kemudahan yang ditawarkan oleh dunia maya, sehingga memberikan lebih banyak kepraktisan bagi konsumen (Sissy dkk., 2023). Platform e-commerce seperti Shopee tidak hanya menyediakan layanan belanja, tetapi juga menawarkan program seperti Shopee Affiliate yang memungkinkan siapa saja menghasilkan uang tanpa harus memiliki produk sendiri (Permana dkk., 2024). Kesempatan ini sangat berpotensi dikembangkan oleh pelajar maupun pelaku UMKM di daerah pedesaan.

Desa Ngrogung yang terletak di Kecamatan Ngebel, Kabupaten Ponorogo, adalah salah satu desa yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan kemandirian ekonomi bagi para pelaku UMKM. Namun, berdasarkan pengamatan awal, para pelaku UMKM di sana belum memiliki pemahaman dan keterampilan cukup dalam bidang digital marketing, apalagi dalam memanfaatkan peluang seperti menjadi Shopee Affiliate. Meski mayoritas masyarakat sudah menggunakan media sosial dan perangkat digital, mereka hanya menggunakannya untuk hiburan atau komunikasi saja.

Shopee Affiliate adalah program yang memungkinkan seseorang mempromosikan produk Shopee melalui media sosial seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp, serta mendapatkan komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan melalui tautan afiliasi yang mereka bagikan (As-syiva dkk., 2024). Program ini tidak membutuhkan modal, tidak perlu menyimpan barang, dan cocok bagi masyarakat yang aktif di dunia digital (Husna, 2023). Dengan sedikit pelatihan mengenai strategi konten, penulisan iklan, dan cara membagikan tautan dengan menarik, masyarakat desa Ngrogung bisa memanfaatkan program ini sebagai langkah awal untuk memahami dunia pemasaran digital. Namun, terdapat kesenjangan antara potensi yang ditawarkan oleh Shopee Affiliate dan tingkat literasi digital para pelaku UMKM di desa Ngrogung. Belum ada program pelatihan keterampilan afiliasi yang terstruktur untuk para pelaku usaha, padahal pendekatan ini sangat cocok untuk memperkenalkan dunia kerja dan pemasaran. Sampai saat ini, pelatihan digital marketing di tingkat masyarakat lebih banyak fokus pada pembuatan toko online atau promosi produk fisik. Sementara itu, tidak banyak yang memanfaatkan model afiliasi sebagai metode pembelajaran yang mudah diakses, tanpa beban logistik, namun tetap memberikan pemahaman yang kuat tentang bisnis dan pemasaran.

Dalam kegiatan pengabdian ini, fokusnya adalah mengintegrasikan pelatihan Shopee Affiliate ke dalam masyarakat, khususnya para pelaku UMKM, dengan pendekatan praktis dan berbasis media sosial yang sudah dikenal oleh masyarakat. Kegiatan ini bukan hanya mengenalkan konsep pemasaran digital, tetapi juga memberikan ruang aktualisasi kemampuan masyarakat dalam membuat konten promosi, memahami perilaku konsumen digital, serta mengasah keterampilan soft seperti kreativitas, komunikasi persuasif, dan manajemen waktu. Melalui pelatihan ini, masyarakat diharapkan dapat memanfaatkan Shopee Affiliate sebagai sarana belajar dan berlatih pemasaran digital tanpa harus memiliki produk sendiri. Ini sejalan dengan semangat pembelajaran berbasis proyek, di mana masyarakat belajar langsung melalui aktivitas yang aplikatif dan bermakna (Sopwandin & Rostiana, 2024). Di sisi lain, program ini dapat memperkuat literasi ekonomi digital

dan menanamkan nilai kemandirian ekonomi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini merupakan upaya konkret untuk menjembatani kebutuhan akan keterampilan digital abad ke-21 dengan realitas sumber daya. Pelatihan ini dirancang sebagai langkah awal dalam membentuk generasi muda dan tua yang tidak hanya beragama dan cerdas, tetapi juga adaptif dan kompetitif dalam dunia ekonomi digital yang terus berkembang.

2. METODE

Pengabdian ini menggunakan metode Participatory Action Research (PAR) untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada Masyarakat desa ngrogung dalam upaya meningkatkan minat berwirausaha. Pendekatan Participatory Action Research (PAR) dipilih karena memfasilitasi pembelajaran yang aktif dalam menangani masalah konkret, sekaligus menghasilkan pengetahuan praktis (Afandi 2020). Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut.

1. Perencanaan Pelatihan
 - a. Peserta Pelatihan, masyarakat desa ngrogung yang berminat berwirausaha melalui Shopee affiliate.
 - b. Tempat Pelaksanaan, Lokasi pelatihan dilakukan di area terdekat dengan partisipasi.
2. Metode Pengumpulan Data
 - a. Observasi, Melibatkan pengamatan langsung terhadap proses belajar dan penerapan penggunaan Shopee affiliate.
 - b. Dokumentasi, Mengumpulkan data melalui dokumen terkait minat berwirausaha, kemajuan peserta, dan hasil penggunaan Shopee affiliates.
3. Tahapan Pelatihan
 - a. Sosialisasi Konsep Shopee affiliates, Memperkenalkan konsep dan potensi melalui program ini.
 - b. Pelatihan Praktis, Memberikan panduan langkah demi langkah dalam menggunakan Shopee affiliate.
 - c. Pendampingan Individual Melibatkan pendampingan langsung dalam penerapan praktik penggunaan Shopee affiliate oleh masing-masing peserta

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kegiatan koordinasi

Program pelatihan digital marketing (Shopee affiliate) dimulai dengan bertemu dan berkoordinasi dengan Kepala Desa Ngrogung, ketua BUMDes, serta anggota kelompok UMKM. Para pihak BUMDes dan pelaku usaha UMKM merasa senang dan mendukung kegiatan ini karena memberikan pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital dan cara mempromosikan produk. Mereka berharap dengan mendapat edukasi ini, mereka bisa lebih memahami dan bekerja sama secara baik, sehingga bisa meningkatkan penjualan secara signifikan melalui promosi.

3.2. Sosialisasi shopee Affiliate kepada Masyarakat Ngrogung

Sosialisasi dan pelatihan mengenai program Shopee Affiliate dilakukan dengan cara komunikasi yang saling berinteraksi, sehingga para peserta dapat secara aktif turut serta dan memahami materi dengan lebih baik. Metode ini dipilih karena dapat membantu peserta menerima informasi secara lebih mudah, serta menambah pemahaman mereka terhadap materi yang disampaikan. Materi yang diberikan menjelaskan pentingnya strategi pemasaran digital dan bagaimana pengetahuan tentang pemasaran produk serta kreativitas masyarakat dapat membuat strategi yang lebih efektif. Tujuan dari penyuluhan ini adalah agar dapat bekerja sama dengan penyuluhan-penyuluhan lain yang ditujukan kepada para pelaku usaha kecil menengah (UMKM) dan para pengurus BUMDes, yang aktif dalam menyediakan sarana pemasaran.

Program Shopee Affiliate adalah salah satu program yang ditawarkan oleh Shopee, yang mengajak pengguna media sosial untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan mempromosikan produk Shopee melalui akun media sosial mereka.

Program ini merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan, terutama bagi pelaku UMKM di masa kini yang semakin menggunakan teknologi. Oleh karena itu, dibutuhkan pengenalan yang lebih luas kepada masyarakat. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mengadakan sosialisasi program Shopee Affiliate, yang bertujuan meningkatkan minat masyarakat, khususnya pelaku UMKM, dalam melakukan bisnis di era digital yang semakin mudah. Platform Shopee Affiliate menjadi salah satu langkah awal bagi mereka untuk memulai bisnis dengan lebih mudah dan memiliki dampak yang besar.



Gambar 1.1 Sosialisasi Program Shopee Affiliate Kepada Masyarakat Ngrogung

Sosialisasi program Shopee Affiliate yang dilakukan pada gambar 1.1 adalah sosialisasi yang ditujukan kepada masyarakat Desa Ngrogung, khususnya para pelaku usaha UMKM.

Diharapkan sosialisasi ini bisa memberikan dampak positif dalam pengembangan pengetahuan dan kemampuan mereka di bidang digital maupun bisnis online. Dengan penjelasan yang komprehensif tentang program Shopee Affiliate, mereka dapat memahami bagaimana cara memanfaatkan peluang ini untuk mendapatkan Penghasilan Tambahan.

Sosialisasi program Shopee Affiliate mencakup pengenalan konsep program tersebut sebagai bentuk kemitraan dengan platform e-commerce seperti Shopee.

Dalam sosialisasi ini, peserta diberikan pemahaman bahwa Shopee Affiliate bisa digunakan untuk mempromosikan produk mereka melalui tautan unik. Setiap pembelian yang berasal dari tautan tersebut akan memberikan komisi kepada pengguna. Konsep ini membantu para pelaku UMKM memahami bagaimana internet bisa menjadi salah satu sumber penghasilan yang sah dan berpotensi.

3.3 Hasil dari sosialisasi program shopee affiliate

Hasil dari pelatihan program Shopee Affiliate yang dilaksanakan, masyarakat desa Ngrogung telah berhasil membuat akun dalam program Shopee Affiliate dan membagikannya ke akun media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan Twitter.



Gambar 1.2 Antusias Masyarakat Ngrogung Dengan Program Shopee Affiliate

Hasil sosialisasi program afiliasi Shopee tersebut memberikan dasar bagi masyarakat, terutama para pelaku usaha UMKM di desa Ngrogung, untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada dalam potensi ekonomi digital dan meningkatkan keterampilan pemasaran online. Dengan demikian, masyarakat desa Ngrogung kini lebih siap dan terampil dalam merespons perubahan di era digi

4. KESIMPULAN

Pelatihan Program Afiliasi Shopee telah memberikan dampak positif kepada masyarakat desa Ngrogung, terutama bagi para pelaku usaha UMKM. Pelatihan ini membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka di bidang digital dan e-commerce. Keterlibatan aktif peserta menunjukkan komitmen mereka untuk mengembangkan kemampuan baru melalui afiliasi produk. Dengan mempelajari strategi pemasaran afiliasi di platform seperti Shopee, para peserta dapat memperkuat promosi produk mereka dan memperluas pasar secara signifikan. Hal ini berdampak positif terhadap pendapatan keluarga mereka, dengan adanya penghasilan tambahan berupa komisi dari penjualan online. Namun, pelatihan ini juga menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses ke teknologi dan tingkat pemahaman awal yang belum cukup mengenai platform digital. Untuk mengatasi masalah tersebut, pelatihan memberikan bimbingan yang terstruktur serta dukungan yang berkelanjutan selama proses belajar, sehingga membantu peserta mengatasi hambatan dan terlibat aktif dalam ekonomi digital.

REFERENSI

- Sawicki, Artur (2016). "Digital Marketing". World Scientific News (dalam bahasa Inggris). 48:82–88. ISSN 2392-2192.
- Hardianawati. (2023, 06 27). Affiliated Marketing Content in Shopee Through Tiktok Media on Purchase Decisions, 17, 12. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v17n4-025>
- Japariato, E., & Adelia, S. (n.d.). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/>
- Princessa Sissy, Maharani Aisadira, Dyta Khairani, Fadhila Syahda, & Nur Aini Rakhmawati. (2023). Pengaruh Marketing Digital Shopee Affiliate pada Minat Beli Mahasiswa Sistem Informasi ITS. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 182–197.
- Sopwandin, I., & Rostiana, I. N. (2024). Persepsi Mahasiswa Terhadap Penerapan Manajemen Pembelajaran Berbasis Proyek di Perguruan Tinggi Islam. *Al-Fahim : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.54396/alfahim.v6i1.116>
- As-syiva, M. H., Natasyah, Lubis, A. N., Sahlan, M., & Nurbaiti. (2024). Analisis Program Afiliasi Shopee di Media Sosial: Literatur Review. *Kohesi: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 6(3), Article <https://doi.org/10.3785/kohesi.v6i3.9462>
- Gultom, D., Hutabarat, G. S. P., Dirgantara, M., & Hidayah, A. (2024). Dampak Positif Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. 3(1).
- Husna, F. (2023). Peran Affiliator Dalam Menarik Minat Belanja Konsumen. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 299–306. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.135>
- Permana, E., Akbar, R., Regita, S. A., & Widi, A. P. (2024). Analisis Efektivitas Program Shopee Affiliate Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Industri Fashion. *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner*, 8(5), Article 5. <https://sejurnal.com/pub/index.php/jkim/article/view/1651>
- Sissy, P., Aisadira, M., Khairani, D., Syahda, F., & Rakhmawati, N. A. (2023). Pengaruh Marketing Digital Shopee Affiliate pada Minat Beli Mahasiswa Sistem Informasi ITS. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 182–197. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.447>
- Afandi, Agus. 2020. "Participatory Action Research (PAR) Metodologi Alternatif Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Transformatif." *Workshop Pengabdian Berbasis Riset Di LP2M UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Februari*: 11.
- Susilowati, R. 2019. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen King Mango yang Merupakan Followers Akun Instagram @ Kingmangosurabaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 66(1), 1-9.

