
PERAN AFFILIATOR DALAM MENARIK MINAT BELANJA KONSUMEN

Fauza Husna

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Bengkalis, Bengkalis

Email Korespondensi: fauzahusna8@gmail.com

ABSTRAK

Maraknya perkembangan wawasan dan teknologi saat ini membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap proses penjualan. Tak lain tak bukan, proses penjualan dipermudah dengan adanya sistem digitalisasi, yakni tepatnya dengan berbasis online. Adapun penjualan berbasis online ini mengharuskan para penjual untuk melakukan strategi serta inovasi terbaru agar menarik minat para pembeli untuk membeli barang yang di perdagangkan. Salah satu strategi yang dapat untuk dilakukan oleh para penjual adalah memasarkan produk yang dijual dengan memanfaatkan jasa para Affiliator bersama teknik Affiliate Marketing. Keterlibatan para Affiliator dalam proses jual beli ternyata membawa pengaruh yang terbilang besar dalam berlangsungnya proses jual beli berbasis online. Inilah yang akan menjadi objek penelitian dengan menggunakan metode internet searching dan library research. Dimana dalam metode ini akan mengumpulkan data melalui media internet serta sumber-sumber kepustakaan seperti jurnal, artikel dan sumber terkait lainnya yang juga akan disertakan. Hasil yang diperoleh melalui penelitian ini adalah dengan adanya Affiliate Marketing yang diperankan oleh para Affiliator dibantu dengan perantara pemasaran melalui social media berdampak terhadap penjualan secara online karena para Affiliator mampu mempengaruhi minat beli para konsumen.

Kata Kunci: Affiliate Marketing, Affiliator, Social Media Marketing

ABSTRACT

The current development of knowledge and technology has brought very significant changes to the sales process. None other than, the sales process is made easier by the existence of a digitization system, namely online-based to be precise. As for online-based sales, it requires sellers to carry out the latest strategies and innovations in order to attract buyers to buy the goods being traded. One strategy that can be carried out by sellers is to market the products sold by utilizing the services of Affiliators with Affiliate Marketing techniques. The involvement of Affiliators in the buying and selling process turns out to have a fairly large influence on the ongoing online buying and selling process. This is what will be the object of research using internet searching and library research methods. Where in this method will collect data through internet media as well as literary sources such as journals, articles and other related sources which will also be included. The results obtained through this research are that Affiliate Marketing played by Affiliators assisted by marketing intermediaries through social media has an impact on online sales because Affiliators are able to influence consumer buying interest.

Keywords: Affiliate Marketing, Affiliators, Social Media Marketing

PENDAHULUAN

Gempuran revolusi industri 4.0 membawa perubahan yang cukup besar bagi peradaban di muka bumi. Perkembangan teknologi merupakan ujung tombak atas munculnya perubahan yang ada. Bersama hadirnya teknologi ini membawa banyak aspek kemudahan dalam membantu manusia memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Salah satunya adalah dalam sistem pemasaran produk. 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. Begitu pula dengan strategi pemasaran yang berlaku. 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).

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 *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. Profit yang didapatkan harus melalui sebuah kesepakatan dengan melakukan aktivitas pengiklanan produk ataupun layanan yang ditawarkan (Andriyanti & Farida, 2022). Menurut pendapat Prayitno, *Affiliate Marketing* merupakan sebuah sistem upah yang berbasis komisi yang akan diberikan oleh para pemilik produk kepada orang yang nantinya akan mempromosikan produk yang ditawarkan kepada orang lain (Prayitno, 2008). 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. Sederhana nya, *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.

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 (Ivkovic & Milanov, 2010).

Saling memberikan keuntungan merupakan konsep yang ditawarkan dari *Affiliate Marketing* ini. Bagi penjual, mereka tak perlu repot-repot lagi untuk memasarkan produk yang mereka jual ke khalayak ramai karena dengan memanfaatkan jasa para *Affiliator* jangkauan pengiklanan produk mereka dapat tersebar jauh lebih luas, terlebih lagi apabila para *Affiliator* memiliki jumlah *followers* yang banyak pada akun media sosial nya, hal tersebut tentu akan membawa keuntungan bagi para penjual karena jangkauan produk yang ditawarkan lebih luas. Sementara itu, para *Affiliator* juga sama akan mendapatkan sebuah

keuntungan berupa komisi yang nantinya akan dibayarkan berkat jasanya dalam mengiklankan produk para penjual. Komisi yang didapatkan pun terbilang lumayan bahkan Affiliate Marketing ini berpotensi menjadi lapangan pekerjaan di era digitalisasi ini. Tak heran jika saat ini ada banyak sekali kalangan terhitung dari kaula muda hingga tua yang mencoba terjun ke dunia afiliasi ini untuk mencari pendapatan tetap ataupun sekadar sebagai pendapatan tambahan.

Penggunaan Affiliate Marketing ini marak digunakan pada platform elektronik seperti *e-commerce* dengan menggunakan sistem pemasaran melalui media sosial (*Social Media Marketing*). *E-commerce* atau mudahnya merupakan sebuah sebutan untuk perdagangan elektronik ini dapat didefinisikan sebagai satu dari mekanisme bisnis elektronik yang fokusnya pada transaksi bisnis bersifat individu dan menggunakan media berupa internet untuk keberlangsungan pertukaran barang ataupun jasa. Aktivitas yang terkait dalam *e-commerce* ini berkaitan dengan proses pembelian, penjualan hingga pemasaran barang atau jasa. Adapun mengenai penunjang pengiklanan produk atau jasa agar menarik minat para konsumen, digunakan sistem Social Media Marketing agar dapat menjangkau konsumen jauh lebih luas. Karena keberadaan Sosial Media saat ini sangat mempengaruhi segala aktivitas kehidupan manusia.

Pertumbuhan *e-commerce* ini tidak terlepas dari lajunya perkembangan internet, hal ini disebabkan karena internet melandasi jalannya sebuah *e-commerce*. 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). Melalui sistem penjualan berbasis elektronik ini juga, sebuah perusahaan akan memiliki peluang yang sama untuk dapat bersaing dan sukses dalam melaksanakan bisnis di dunia maya. Hal inilah yang mendorong melonjaknya minat menggunakan Affiliate Marketing dalam rangka menjangkau minat konsumen sebanyak-banyaknya agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif pustaka, dimana dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami sebuah fenomena yang akan dialami dalam subjek penelitian, yakni seberapa besar pengaruh Affiliator dalam memasarkan produk para penjual melalui situs online. Adapun subjek penelitian tersebut dapat mencakup perilaku, persepsi, motivasi, bahkan tindakan dalam penelitian. Sumber-sumber yang didapat berasal dari kumpulan beberapa data kepustakaan seperti jurnal, artikel dan sumber terkait lain disertai dengan data pendukung yang ada.

Dalam pembahasan yang lebih spesifik, objek kajian dalam penelitian ini adalah mengenai Affiliate Marketing yang memfokuskan pada peran Affiliator sebagai pihak yang menawarkan jasa untuk mengiklankan sebuah produk yang ditawarkan. Dengan hadirnya Affiliator ini memungkinkan untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Mekanisme Affiliate sebagai Viral Marketing

Istilah viral sendiri merupakan aktivitas yang dapat menggambarkan peyebaran pesan secara cepat dan luas layaknya sebuah virus, hanya saja sifatnya tidak merusak seperti virus pada umumnya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata viral biasa digunakan sebagai istilah dalam dunia maya untuk menggambarkan penyebaran suatu berita ataupun informasi secara cepat. Berdasarkan pendapat Porter dan Golan (2006) bahwa penyebaran

viral dianalogikan seperti bersin. Dimana sekali bersin akan melepaskan dua juta bahkan lebih sebuah partikel. Adapun maksud dari analogi ini adalah “bersin” diibaratkan sebagai jumlah individu yang telah terhubung dengan jaringan informasi yang dilatarbelakangi oleh teknologi interaktif berbasis jejaring sosial (Situmorang, 2010). Model viral yang dimaksud apabila seseorang mampu menginfeksi beberapa orang bahkan lebih dalam bentuk sebuah tawaran sehingga membuat orang tersebut ikut menyebarkannya kepada pihak lain hingga seluruh lingkungan virtual dapat terekspos (Datta et al., 2005).

Viral marketing adalah sistem pemasaran berbasis internet yang jangkauannya dilakukan secara berantai dalam waktu yang relatif singkat. Istilah viral marketing sendiri telah dikemukakan dalam artikel yang berjudul “The Virus of Marketing” pada majalah Fast Company tahun 1996 milik dosen Harvard Business School Jeffrey Rayport. Setelahnya, pemasaran viral ini dikembangkan oleh Steve Juvesrtson bersama Tim Draper yang berasal dari perusahaan modal Ventura Draper Fisher Juvertson tahun 1996. Saat itu masih menggunakan strategi pemasaran yang dikembangkan melalui layanan e-mail gratis hotmail.

Viral marketing dapat diinterpretasikan sebagai konsep komunikasi serta distribusi yang bergantung kepada pelanggan untuk menyampaikan produk digital lewat e-mail kepada konsumen potensial yang berada pada lingkungan sosialnya lalu menstimulasi kontak tersebut untuk turut mengirimkan produk (Andriyanti & Farida, 2022).

Berangkat dari pemahaman ini, Affiliate Marketing merupakan satu dari berbagai sistem pemasaran yang ada dimana dalam sistem ini, nantinya seseorang akan diberikan upah berkat jasanya dalam memasarkan produk ataupun jasa milik sebuah perusahaan atau pelaku bisnis dengan tujuan untuk menciptakan strategi pemasaran yang meningkatkan penjualan. Sebutan untuk orang yang melakukan pengiklanan produk dalam Affiliate Marketing ini adalah Affiliator. Singkatnya, Affiliate Marketing ini merupakan bentuk kerjasama afiliasi yang membutuhkan perantara untuk memasarkan sebuah produk penjualan adapun teknik pemasaran yang digunakan adalah melalui perantara sosial media.

Adapun siklus dalam Affiliate Marketing yakni, seluruh Affiliate Marketer akan melakukan penjualan dengan melalui link khusus yang dikenal dengan *Affiliate Link*. *Affiliate Link* ini nantinya akan diberikan langsung oleh Merchant yakni pemilik barang atau jasa yang produknya akan dipasarkan. Ada beberapa jenis-jenis Affiliate Marketing yang dapat menghasilkan keuntungan, diantaranya :

1. Unattached Affiliate Marketing (Pay Per Klick)

Affiliate Marketing jenis ini akan memberikan komisi kepada para Affiliator ketika mereka melakukan promosi dengan cara membagikan tautan kepada audiens. Dalam jenis ini, para Affiliator tetap akan mendapatkan komisi meskipun tidak melakukan tindakan tertentu. Affiliator nantinya akan mendapatkan pendapatan dari perusahaan yang mengadakan program afiliasi. Hanya saja, karena jenis Affiliate Marketing ini terbilang mudah, komisi yang akan didapatkan terbilang cukup rendah.

2. Related Affiliate Marketing (Paid To Click)

Tak jauh berbeda dengan Unattached Affiliate Marketing, jenis Affiliate Marketing ini para Affiliator nantinya akan diberikan komisi dari setiap tautan yang dibagikan. Jenis Affiliate Marketing ini biasanya akan memasarkan produk milik Marketer pada platform yang ditargetkan dengan jumlah audiens tertentu. Seperti misalnya, platform YouTube, TikTok, Blog, Instagram, Twitter serta platform lain yang memiliki potensi audiens yang mumpuni.

3. Pay Per Sale Affiliate Program

Berbeda dengan kedua jenis Affiliate Marketing diatas, pada jenis ini para Affiliator akan diberikan komisi apabila mampu membawa konsumen hingga ke tahap penjualan produk. Biasanya komisi yang didapatkan berkisar 30% sampai 70% dari setiap penjualan produk. Pay Per Sale Affiliate Program ini hampir mirip dengan sistem

reseller dimana kemampuan mempromosikan produk dan kelancaran berkomunikasi para Affiliator sangat dibutuhkan sehingga menarik minat para konsumen untuk melakukan pembelian.

4. Cost Per Action Affiliate Program

Pada jenis ini, para Affiliator akan mendapatkan komisi apabila berhasil membuat para audiens melakukan sebuah *action* ketimbang membeli sebuah produk yang dipromosikan.

Peran Affiliator dalam Menarik Minat Beli Konsumen

Affiliator berasal dari kata afiliasi yang bermakna pertalian sebagai anggota atau dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia bermakna cabang. Afiliasi secara umum dapat dimaknai sebagai strategi marketing yang dilakukan oleh beberapa pihak secara bersama sama untuk mencapai keuntungan dari target konsumen yang telah ditetapkan sebelumnya. Orang yang berperan untuk memasarkan produk dalam hubungan afiliasi ini disebut sebagai Affiliator. Affiliator dapat diartikan sebagai seseorang yang dimanfaatkan jasanya untuk mempromosikan produk ataupun jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan melalui sistem *digital marketing*. Adapun jenis-jenis digital marketing yang saat ini sering dijumpai adalah :

1. Social Media Marketing

Social Media Marketing saat ini menduduki peringkat teratas sebagai wadah untuk memasarkan produk secara online. Bersama Social Media Marketing ini para Affiliator dapat leluasa untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, audio bahkan video terkait produk yang dipasarkan. Social Media Marketing adalah bentuk aktivitas pemasaran berbasis digital yang diciptakan untuk membagikan konten audio visual ataupun copywriting dalam platform media sosial. Social Media Marketing ini menimbulkan pengakuan, kesadaran, ingatan hingga tindakan terhadap sebuah merk, produk, bisnis, individu ataupun kelompok baik langsung ataupun tidak langsung dengan memanfaatkan alat yang berbasis *social web*.

2. Website

Website termasuk kedalam salah satu dari jenis digital marketing yang berguna sebagai sarana promosi dan pemasaran produk pada era digital. Website merupakan keseluruhan halaman-halaman web yang berada dalam sebuah domain dimana mengandung suatu informasi (Yuhefizar et al., 2010).

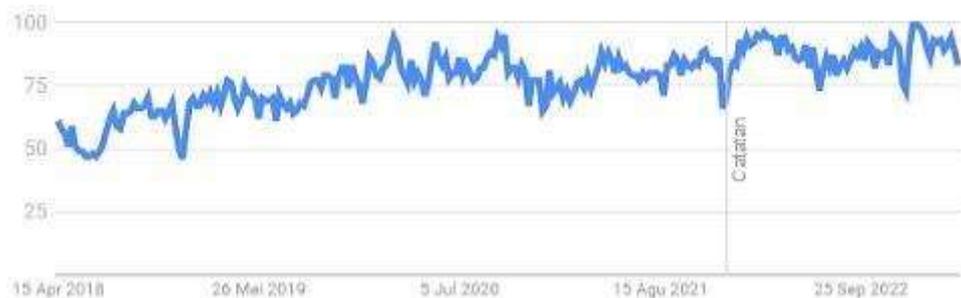
3. E-mail Marketing

Penerapan E-mail Marketing sebagai sistem Digital Marketing dinilai lebih efektif dan murah karena dalam jenis digital marketing ini aktivitas yang dilakukan hanya mengirimkan sebuah pesan komersil seperti promo, penawaran produk, diskon hingga penawaran membership lain kepada konsumen dengan menggunakan media berbentuk e-mail (Mahmud, 2018).

Saat ini peluang untuk menjadi seorang Affiliator sangat besar. Siapapun bisa dan boleh mengajukan diri untuk menjadi Affiliator. Komisi yang didapat juga tidak main-main, hanya bermodalkan *gadget* dan jumlah *followers* yang mumpuni pada akun media sosial yang bersangkutan, seseorang bisa mengajukan diri untuk menjadi affiliator, bahkan berhak untuk mendapatkan komisi jika telah memenuhi persyaratan yang telah ditentukan. Oleh karena dasar dari pemasaran dengan sistem Affiliate Marketing ini menitikberatkan pengiklanan pada platform Digital Marketing yang *trendy* dimasa sekarang, disamping jumlah *followers* yang mumpuni pada akun media sosial yang dimiliki, seorang Affiliator juga dituntut harus kreatif dan ekspresif dimana dalam memasarkan sebuah produk atau jasa yang akan dipasarkan, Affiliator harus mampu mengeskpresikan diri melalui sebuah konten yang sesuai dengan passion yang dimiliki. Tak heran jika saat ini telah lahir sebutan-sebutan

seperti *content creator* dan *influencer*. Sebenarnya antara *Affiliator*, *Content Creator* dan *Influencer* memiliki orientasi yang sama, yakni sama-sama memasarkan produk melalui platform online hanya saja pada dasarnya antara Influencer dan Affiliator ini berada pada spektrum yang sama yakni sebagai pembuat konten (*content creator*) yang membedakan adalah cara untuk meraih keuntungan. Jika Influencer mendapatkan keuntungan melalui orderan yang masuk, Affiliator mendapatkan pendapatan melalui media link. Adapun platform online yang dimaksud untuk memasarkan produk oleh Affiliator adalah dapat berupa aplikasi seperti; Instagram, TikTok, Twitter, Facebook dan lain sebagainya.

Berdasarkan beberapa jenis digital marketing yang telah dijelaskan sebelumnya, Social Media Marketing menduduki peringkat unggul berdasarkan minat seiring waktu di masa saat ini. Di analisis melalui laman Google Trends mengenai perkembangan Social Media Marketing dalam lima tahun terakhir menggambarkan kenaikan yang terbilang signifikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.



Gambar 1. Perkembangan Social Media Marketing
Sumber : <https://trends.google.com>

TikTok dan Instagram menjadi aplikasi yang banyak digunakan saat ini oleh para Affiliator dibandingkan dengan beberapa aplikasi yang telah disebutkan diatas. Seorang Affiliator yang memasarkan produk milik sebuah perusahaan melalui aplikasi TikTok misalnya, dikutip dari website DataIndonesia.id berdasarkan laporan We Are Social, terhitung hingga April 2022 pengguna aktif bulanan aplikasi TikTok di Indonesia mencapai angka sebesar 99,1 juta pengguna (Ayu Rizaty, 2022), ini menjadi peluang besar bagi para Affiliator untuk dapat memanfaatkan kondisi yang ada. Sudah menjadi hal yang lumrah saat ini jika para Affiliator berlomba-lomba untuk berusaha menjadi sekreatif mungkin membuat konten yang menarik agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Ditambah lagi berdasarkan laporan yang telah dipaparkan, pengguna aplikasi TikTok semakin bertambah dari waktu ke waktu. Apabila seorang Affiliator ini mampu membuat sebuah konten yang menarik perhatian banyak konsumen hingga menimbulkan minat belanja konsumen, maka Affiliator akan mendapatkan komisi dari hasil pengiklannya. Terlebih lagi jika konten yang di unggah pada platform tersebut mendapatkan *viewers* yang banyak.

Sama halnya pada aplikasi Instagram, yang memanfaatkan berbagai fitur yang telah disediakan. Seperti contohnya pemasaran produk melalui *instagram story* dengan serta mencantumkan link produk yang ditawarkan. Apabila para *viewers* Instagram mengklik link yang dibagikan oleh Affiliator, maka Affiliator bisa mendapatkan sejumlah komisi. Apalagi jika Affiliator mampu membawa *viewers* nya ketahap pembelian produk yang ditawarkan maka tak hanya menguntungkan pemilik produk tapi juga Affiliator akan mendapatkan komisi yang jauh lebih besar. Tak hanya itu, Affiliator juga diberikan kebebasan untuk mengunggah konten selain di fitur *instagram story*, seperti *reels*, postingan pada *feeds* *instagram* milik mereka yang justru memiliki peluang mengundang konsumen lebih luas.

Kecenderungan yang ditimbulkan dari pengiklanan melalui Social Media Marketing ini terbilang dahsyat, afiliasi yang dijalankan oleh lebih dari satu pihak ini mengantarkan kepada keuntungan antara pihak yang terlibat. Pembayaran komisi Affiliator nantinya tidak dihitung berdasarkan banyaknya konten yang ada, melainkan dengan satu konten yang sama Affiliator justru dapat dibayarkan berkali-kali karena fokus dari seorang Affiliator ini adalah menitikberatkan pada umur konten yang dibuat serta ketertampakannya di media digital. Sehingga melalui sosial media, para konsumen sangat mudah terpengaruh lantaran melihat berbagai konten menarik yang ditawarkan oleh seorang Affiliator pada aplikasi tertentu. Minat beli konsumen akan meningkat hanya dengan melihat konten yang disuguhkan. Singkatnya, dengan melihat konten yang dibuat oleh Affiliator, maka sikap *hedonic motivations* seseorang bisa saja timbul menyebabkan konsumen melakukan pembelian tanpa terlebih dahulu berfikir panjang terhadap pembelian yang dilakukan.

Jenis pemasaran Social Media Marketing memang memiliki keunggulan yang cukup baik untuk mendukung para Affiliator mengiklankan produk yang dimiliki oleh perusahaan tertentu, terlebih lagi Social Media merupakan satu dari berbagai pendukung penyebaran informasi yang bersifat cepat yang digunakan untuk memasarkan sebuah produk ataupun jasa yang ditawarkan (Cindy, 2020). Adanya Affiliate Marketing ini membawa perubahan terhadap strategi pemasaran yang telah ada. Kemungkinan konsumen untuk membeli sebuah produk jauh lebih besar jika dibandingkan dengan menggunakan strategi pemasaran lainnya karena dalam hubungan afiliasi ini, Affiliator menggunakan kekuatan sosial media yang memiliki pengaruh cukup dahsyat dalam menyebarkan produk yang ditawarkan. Itulah mengapa pemasaran produk secara online lebih berdampak dan menjangkau lebih banyak konsumen dibanding strategi pemasaran yang dilakukan diluar jejaring sosial.

KESIMPULAN

Terciptanya hubungan afiliasi yang dilakukan antara sebuah perusahaan/marketer dan para Affiliator dengan menggunakan pemasaran melalui media sosial memiliki dampak yang luar biasa terhadap pemasaran. Affiliator atau mudahnya disebut sebagai seseorang yang menawarkan jasanya dalam mengiklankan produk milik sebuah perusahaan, nantinya akan menjalankan hubungan kerjasama dengan sebuah perusahaan. Apabila seorang Affiliator mampu menawarkan produk kepada para konsumen sehingga menarik minat beli konsumen, maka Affiliator akan mendapatkan upah berupa komisi dari perusahaan tersebut. Peranan Affiliator menitikberatkan pada pembuatan konten yang mengharuskan ketertampakannya di dunia digital. Itulah mengapa Social Media Marketing menjadi perantara yang marak digunakan saat ini untuk mendukung proses pemasaran sebuah produk.

Affiliate Marketing yang juga termasuk dalam salah satu viral marketing ini dapat menjadi jalan keluar untuk menarik minat belanja konsumen sebanyak-banyaknya. Karena kecenderungan terjadinya sebuah pembelian secara online dilatarbelakangi oleh pemasaran yang baik dan menarik melalui jejaring sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- 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 Kewirausahaan Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Ayu Rizaty, M. (2022). *Pengguna Tiktok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. Data Indonesia. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>
- Cindy. (2020). *Kekurangan dan Kelebihan Social Media Marketing*. Binus Univeristy. <https://sis.binus.ac.id/2020/07/29/kekurangan-dan-kelebihan-social-media-marketing/>
- Datta, P. R., Dababrata N, C., & B.R, C. (2005). Viral Marketing: New Form of Word-of-Mouth through Internet. *The Business Review, Cambridge, Volume 3*,.
- Ivkovic, M., & Milanov, D. (2010). Affiliate Internet Marketing: Concept and Application Analysis. *International Conference on Education and Management Technology*.
- 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>
- Mahmud, W. (2018). *Bisnis Online*. PT. Gramedia Pustaka.
- Prayitno. (2008). Sekilas Perkembangan Internet di Indonesia. *Goechi*.
- 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.
- Situmorang, J. R. (2010). Pemasaran Viral – Viral Marketing. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar*, 6(1), 63–75.
- Yuhfizar, Mooduto, H., & Rahmat, H. (2010). *Cara Mudah Membangun Website Interaktif Menggunakan Content Management System Joomla*. PT. Alex Media Komputindo.