

PERAN TIKTOK AFFILIATE DALAM PENGUATAN EKONOMI DIGITAL MAHASISWA

Ubaidillah¹, Deddy Junaedy²

¹Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid, Indonesia;

ubaidillahsajalah@gmail.com

²Program Studi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid, Indonesia;

deddyjuna87@gmail.com

* Corresponding E-Mail : ubaidillahsajalah@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima: 03 Juli 2026 Direvisi: 06 Juli 2026 Disetujui: 20 Juli 2026 Tersedia Daring: 20 Juli 2026 Kata Kunci: TikTok Affiliate; Ekonomi Digital; Mahasiswa ; Pemasaran Digital; Afiliator	Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan berbagai peluang baru bagi generasi muda untuk memperoleh pendapatan melalui pemanfaatan platform digital. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah program TikTok Affiliate yang memungkinkan pengguna memperoleh komisi dari aktivitas promosi produk melalui konten digital. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran TikTok Affiliate dalam mendorong ekonomi digital mahasiswa, mengidentifikasi strategi afiliator dalam mengembangkan konten dan meningkatkan penjualan, serta mengungkap berbagai tantangan yang dihadapi selama menjalankan aktivitas afiliasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Nurul Jadid yang aktif sebagai afiliator TikTok. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldana melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok Affiliate berperan sebagai sarana pemberdayaan ekonomi mahasiswa dengan memberikan tambahan pendapatan sekaligus meningkatkan literasi digital, kreativitas, kemampuan komunikasi, dan keterampilan pemasaran digital. Strategi yang diterapkan afiliator meliputi pemanfaatan tren, penyusunan konten yang autentik, teknik soft selling, konsistensi unggahan, serta optimalisasi algoritma TikTok. Di sisi lain, afiliator masih menghadapi berbagai tantangan berupa perubahan algoritma platform, tingginya persaingan, fluktuasi pendapatan, dan perlunya menjaga kepercayaan audiens. Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok Affiliate tidak hanya menjadi media promosi produk, tetapi juga menjadi bagian penting dalam penguatan ekonomi digital di kalangan mahasiswa. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perguruan tinggi, pelaku usaha, dan pembuat kebijakan dalam mendukung pengembangan ekonomi digital yang lebih inklusif.

ABSTRACT
Keywords: TikTok Affiliate; Digital Economy; University Students; Digital Marketing; Affiliate Marketing
<i>The rapid development of the digital economy has created new opportunities for young people to generate income through digital platforms. One of these opportunities is the TikTok Affiliate program, which enables users to earn commissions by promoting products through digital content. This study aims to analyze the role of TikTok Affiliate in supporting the digital economy among university students, identify affiliate strategies for content development and sales improvement, and examine the challenges encountered during affiliate activities. This research employed a qualitative case study approach involving students of the Economics Study Program at Universitas Nurul Jadid who actively participated in the TikTok Affiliate program. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, and analyzed using the Miles, Huberman, and Saldana interactive model. The findings reveal that TikTok Affiliate functions as an economic empowerment tool by</i>

providing additional income while improving students' digital literacy, creativity, communication skills, and digital marketing competencies. Successful affiliates implement strategies such as following trends, producing authentic content, applying soft-selling techniques, maintaining content consistency, and optimizing TikTok's algorithm. However, affiliates also face several challenges, including algorithm changes, intense competition, unstable income, and the need to maintain audience trust. The study concludes that TikTok Affiliate serves not only as a marketing platform but also as an important contributor to the development of the digital economy among university students. The findings provide practical implications for higher education institutions, business actors, and policymakers in strengthening an inclusive digital economy.

© 2023
This is an open access article under CC-BY license



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang ditandai dengan meningkatnya pemanfaatan internet dan media sosial dalam berbagai aktivitas ekonomi. Kondisi ini melahirkan social commerce dan affiliate marketing sebagai model bisnis baru yang memungkinkan masyarakat, termasuk mahasiswa, memperoleh pendapatan melalui platform digital seperti TikTok Affiliate. Perkembangan tersebut turut mengubah pola kerja mahasiswa menjadi lebih fleksibel dengan memanfaatkan teknologi digital sebagai sumber penghasilan. Meskipun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji TikTok Affiliate sebagai sarana pemberdayaan ekonomi mahasiswa masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis peran TikTok Affiliate dalam mendorong ekonomi digital mahasiswa. (Ardianto et al., 2024).

Salah satu bentuk perkembangan ekonomi digital adalah munculnya fenomena social commerce, yaitu integrasi antara media sosial dan aktivitas perdagangan elektronik. Platform TikTok menjadi salah satu media sosial yang berhasil mengembangkan model bisnis tersebut melalui fitur TikTok Affiliate. Program ini memungkinkan pengguna mempromosikan produk melalui konten video maupun siaran langsung (*live streaming*) dan memperoleh komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan. Kehadiran TikTok Affiliate menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi berfungsi sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga menjadi ruang ekonomi baru yang mampu menciptakan peluang pendapatan bagi penggunanya (Bangsawan, 2023).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi digital. Tingginya intensitas penggunaan media sosial membuat mahasiswa memiliki peluang besar untuk terlibat dalam aktivitas ekonomi digital, termasuk melalui program TikTok Affiliate. Bagi sebagian mahasiswa, program ini dimanfaatkan sebagai sarana memperoleh penghasilan tambahan sekaligus mengembangkan keterampilan di bidang pemasaran digital, pembuatan konten,

komunikasi, dan personal branding. Oleh karena itu, TikTok Affiliate dapat dipandang sebagai salah satu bentuk pemberdayaan ekonomi digital yang memberikan peluang bagi mahasiswa untuk berpartisipasi secara langsung dalam perkembangan ekonomi berbasis platform digital (Afkar, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji fenomena TikTok Affiliate dari berbagai perspektif. Penelitian Musy Fiquddin dan Cici Insiyah (2025) menunjukkan bahwa strategi storytelling, unboxing, dan pemanfaatan tren digital mampu meningkatkan efektivitas promosi dan mendukung pengembangan usaha digital. Penelitian Ida Bagus Suryanatha (2025) menjelaskan bahwa TikTok Affiliate menghadirkan model baru consumer to consumer (C2C) dalam ekonomi digital karena memungkinkan konsumen berperan sekaligus sebagai afiliator. Selanjutnya, penelitian Afifah Mutiara dkk (Purborini & Suryanatha, 2025). Menemukan bahwa keberhasilan aktivitas afiliasi dipengaruhi oleh kemampuan kreator dalam memanfaatkan bahasa, simbol, dan tren digital untuk membangun persepsi konsumen. Penelitian Siti Nurhaliza dan Syahrul Aryanto (2025) juga menyimpulkan bahwa TikTok memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital melalui berbagai peluang monetisasi yang tersedia bagi penggunanya.

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih didominasi oleh pembahasan mengenai strategi pemasaran, pengaruh TikTok terhadap minat beli, dan efektivitas promosi produk. Penelitian yang secara khusus mengkaji mahasiswa sebagai pelaku ekonomi digital melalui aktivitas TikTok Affiliate masih relatif terbatas. Selain itu, kajian mengenai pengalaman mahasiswa dalam memanfaatkan TikTok Affiliate sebagai sarana pemberdayaan ekonomi, strategi yang digunakan dalam menjalankan aktivitas afiliasi, serta tantangan yang dihadapi selama berpartisipasi dalam ekonomi digital belum banyak dilakukan. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih mendalam (Khairi, Rianto, Jalil, Juita, & Sudeska, 2025).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang menempatkan mahasiswa sebagai aktor utama dalam ekosistem ekonomi digital berbasis platform. Penelitian ini tidak hanya menganalisis TikTok Affiliate dari sisi pemasaran dan peningkatan penjualan, tetapi juga mengungkap bagaimana program tersebut berperan dalam membentuk kemandirian ekonomi mahasiswa, meningkatkan keterampilan digital, serta mendorong kemampuan adaptasi terhadap perkembangan ekonomi digital. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru mengenai TikTok Affiliate sebagai sarana pemberdayaan ekonomi mahasiswa di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran TikTok Affiliate dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital di kalangan mahasiswa, mengidentifikasi strategi yang digunakan mahasiswa dalam menjalankan aktivitas afiliasi, serta mengungkap berbagai tantangan dan risiko yang dihadapi selama menjalankan program tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis berupa pengayaan kajian mengenai ekonomi digital, social commerce, dan aktivitas afiliasi berbasis platform. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan memberikan kontribusi

praktis bagi perguruan tinggi dalam mengembangkan literasi dan kewirausahaan digital mahasiswa, bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan potensi afiliator muda, serta bagi pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan (Fadhilah, Fatimah, & Jamaludin, 2025).

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai peran TikTok Affiliate dalam mendorong ekonomi digital di kalangan mahasiswa. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap pengalaman, strategi, serta tantangan yang dialami mahasiswa sebagai afiliator TikTok dalam memanfaatkan platform digital sebagai sumber pendapatan (Sugiyono, 2022). Penelitian dilaksanakan pada Program Studi Ekonomi Universitas Nurul Jadid dengan fokus pada mahasiswa yang aktif menjalankan program TikTok Affiliate.

Informan penelitian dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan beberapa kriteria, yaitu: (1) mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Universitas Nurul Jadid dari semester 4–8, (2) telah mengikuti program TikTok Affiliate selama minimal enam bulan, (3) aktif membuat konten promosi atau melakukan live selling, (4) pernah memperoleh komisi dari hasil aktivitas afiliasi, serta (5) bersedia menjadi informan penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh tiga informan utama, yaitu Moh. Arif Maulidin Firdaus, Yati Oktavia, dan Zalza Nur Salsabila. Ketiga informan memiliki pengalaman afiliasi yang berbeda, baik dari lama keterlibatan, jenis produk yang dipromosikan seperti produk kecantikan, kebutuhan rumah tangga, dan produk gaya hidup, maupun jumlah komisi yang diperoleh, sehingga memberikan data yang beragam dan relevan dengan tujuan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur selama 45–60 menit pada setiap informan dengan fokus pada motivasi mengikuti TikTok Affiliate, strategi promosi yang digunakan, manfaat ekonomi yang diperoleh, serta kendala yang dihadapi selama menjalankan aktivitas afiliasi. Observasi dilakukan terhadap akun TikTok masing-masing informan dengan mengamati jenis konten yang diunggah, frekuensi unggahan, interaksi audiens (jumlah tayangan, komentar, dan likes), penggunaan fitur TikTok seperti live selling dan tautan afiliasi, serta strategi promosi yang diterapkan. Dokumentasi yang dianalisis meliputi tangkapan layar konten, riwayat aktivitas promosi, bukti perolehan komisi, dan dokumen pendukung lain yang berkaitan dengan aktivitas TikTok Affiliate.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Proses analisis diawali dengan mentranskripsikan hasil wawancara, kemudian dilakukan pengodean terbuka (*open coding*) untuk mengidentifikasi informasi penting. Selanjutnya, kode-kode yang memiliki kesamaan makna dikelompokkan ke dalam beberapa kategori, seperti motivasi menjadi afiliator, strategi pemasaran digital, manfaat ekonomi, dan tantangan yang dihadapi. Dari kategori tersebut kemudian dibentuk tema-tema utama yang menjadi dasar penyusunan hasil penelitian. Tahap akhir dilakukan dengan

menginterpretasikan temuan melalui perbandingan antara data lapangan dan teori ekonomi digital serta affiliate marketing sehingga diperoleh kesimpulan yang komprehensif.

Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, member check, dan diskusi dengan rekan sejawat (*peer debriefing*). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi antar-informan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan melalui pencocokan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Member check dilakukan dengan meminta informan meninjau kembali ringkasan hasil wawancara untuk memastikan kesesuaian informasi, sementara diskusi dengan rekan sejawat digunakan untuk mengurangi subjektivitas peneliti dalam proses analisis dan interpretasi data. Langkah-langkah tersebut dilakukan untuk meningkatkan kredibilitas, konsistensi, dan keabsahan temuan penelitian. (Sugiyono, 2022)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 TikTok Affiliate sebagai sumber pendapatan tambahan mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok Affiliate telah menjadi salah satu alternatif sumber pendapatan bagi mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Nurul Jadid. Seluruh informan menyatakan bahwa program afiliasi memberikan kesempatan memperoleh penghasilan tanpa memerlukan modal usaha yang besar, karena mahasiswa hanya perlu memanfaatkan akun TikTok untuk mempromosikan produk melalui video maupun live selling (Insiyah, 2025). Fleksibilitas waktu yang ditawarkan juga memungkinkan aktivitas afiliasi dilakukan tanpa mengganggu kewajiban akademik. Informan 1 (M1) mengungkapkan: *"Saya memanfaatkan TikTok Affiliate untuk mengisi waktu luang sekaligus mendapatkan uang tambahan. Hasil komisi biasanya saya gunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan membantu membayar biaya kuliah."*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa TikTok Affiliate tidak hanya dimanfaatkan sebagai media promosi produk, tetapi juga menjadi salah satu strategi mahasiswa dalam meningkatkan kemandirian ekonomi. Pendapatan yang diperoleh dari komisi afiliasi memberikan manfaat nyata bagi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan pribadi tanpa harus bergantung sepenuhnya pada orang tua (Rachmaniyah, Nasrullah, Sari, Nuroh, & Fadillah, 2025). Temuan ini menunjukkan bahwa platform digital telah menciptakan peluang ekonomi yang lebih inklusif bagi generasi muda melalui pemanfaatan teknologi digital. Hal serupa disampaikan oleh Informan 2 (M2) yang menyatakan: *"Saya memilih TikTok Affiliate karena bisa dijalankan kapan saja. Selama masih bisa membuat konten, saya tetap bisa memperoleh komisi meskipun sedang mengikuti perkuliahan."*

Kutipan tersebut memperlihatkan bahwa fleksibilitas menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa memilih aktivitas afiliasi dibandingkan pekerjaan paruh waktu konvensional. Kemudahan mengatur waktu memungkinkan mahasiswa tetap menjalankan kegiatan akademik sekaligus memperoleh penghasilan dari aktivitas digital. Kondisi ini menunjukkan adanya perubahan pola kerja mahasiswa di era ekonomi digital, di mana platform digital membuka kesempatan untuk bekerja secara mandiri tanpa terikat oleh ruang dan waktu (Ambarwati et al., 2025). Informan 3 (M3) juga

menjelaskan: *"Awalnya saya hanya mencoba mengikuti program TikTok Affiliate, tetapi setelah beberapa kali mendapatkan komisi saya semakin termotivasi untuk membuat konten yang lebih baik agar penghasilan juga meningkat."*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pendapatan yang diperoleh melalui TikTok Affiliate tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mendorong mahasiswa untuk terus mengembangkan kreativitas dan meningkatkan kualitas konten yang diproduksi. Dengan demikian, aktivitas afiliasi menjadi sarana pembelajaran yang mengintegrasikan kemampuan berwirausaha dengan pemanfaatan teknologi digital. Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep ekonomi digital yang menempatkan teknologi, informasi, dan kreativitas sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi (Suryanatha, 2023). Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa tidak lagi hanya berperan sebagai pengguna media sosial, tetapi juga sebagai pelaku ekonomi digital yang mampu mengubah kreativitas dalam memproduksi konten menjadi sumber pendapatan melalui sistem komisi yang disediakan oleh TikTok Affiliate. Dengan demikian, TikTok Affiliate dapat dipahami sebagai salah satu bentuk pemberdayaan ekonomi mahasiswa yang mendukung terciptanya kemandirian finansial sekaligus memperluas partisipasi generasi muda dalam ekosistem ekonomi digital (Patimah, Arafah, & Muis, 2025).

3.2 Peningkatan Literasi Digital dan Keterampilan Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam program TikTok Affiliate tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan literasi digital dan keterampilan pemasaran. Seluruh informan mengungkapkan bahwa selama menjalankan aktivitas afiliasi mereka memperoleh pengalaman dalam membuat konten digital, memahami karakteristik audiens, memanfaatkan fitur-fitur TikTok, serta menyusun strategi promosi yang lebih efektif (Khairi et al., 2025). Pengalaman tersebut menjadi proses pembelajaran yang membantu mahasiswa mengembangkan kompetensi yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja di era ekonomi digital. Informan 1 (M1) menyampaikan: *"Sebelum mengikuti TikTok Affiliate saya belum memahami cara membuat konten yang menarik. Sekarang saya belajar mengedit video, menentukan waktu unggah, menggunakan hashtag, dan melihat performa konten melalui fitur analitik TikTok."*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas afiliasi telah meningkatkan literasi digital mahasiswa melalui penguasaan berbagai fitur platform digital. Mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan konten yang lebih efektif berdasarkan analisis data dan karakteristik audiens. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami, mengelola, dan memanfaatkan informasi digital secara produktif. Hal serupa disampaikan oleh Informan 2 (M2), yang menjelaskan:

"Saya belajar bagaimana cara menawarkan produk tanpa terkesan memaksa. Dari situ saya mulai memahami teknik promosi, cara berkomunikasi dengan calon pembeli, dan bagaimana membangun kepercayaan melalui konten."

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa TikTok Affiliate menjadi media pembelajaran pemasaran digital bagi mahasiswa. Aktivitas promosi yang dilakukan secara konsisten membantu mahasiswa mengembangkan kemampuan komunikasi, memahami perilaku konsumen, serta memilih strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik audiens. Pengalaman tersebut merupakan bagian penting dari pengembangan kompetensi pemasaran digital yang dibutuhkan dalam ekosistem bisnis berbasis platform. Informan 3 (M3) juga mengungkapkan:

"Setiap selesai mengunggah konten saya selalu melihat jumlah penonton, komentar, dan produk yang paling banyak diklik. Dari situ saya mengetahui jenis konten yang lebih disukai sehingga bisa memperbaiki strategi promosi berikutnya."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa telah memanfaatkan data digital sebagai dasar dalam mengambil keputusan pemasaran. Kemampuan mengevaluasi performa konten melalui fitur analitik TikTok menunjukkan bahwa aktivitas afiliasi tidak hanya mengandalkan kreativitas, tetapi juga membutuhkan kemampuan analitis dalam membaca preferensi audiens dan menentukan strategi promosi yang lebih efektif. Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep literasi digital yang menekankan kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan teknologi dan informasi digital secara kritis dan produktif (Bangsawan, 2023). Selain itu, pengalaman mahasiswa dalam membuat konten, membangun komunikasi dengan audiens, serta mengevaluasi performa promosi menunjukkan berkembangnya keterampilan digital marketing yang meliputi kemampuan menyusun strategi konten, memahami perilaku konsumen, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Dengan demikian, TikTok Affiliate tidak hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga menjadi media pembelajaran yang meningkatkan kompetensi digital dan keterampilan pemasaran mahasiswa sehingga lebih siap menghadapi kebutuhan dunia kerja dan kewirausahaan di era ekonomi digital (Ardianto et al., 2024).

3.3 Strategi Konten Afiliator Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan aktivitas TikTok Affiliate tidak hanya ditentukan oleh banyaknya produk yang dipromosikan, tetapi juga oleh strategi konten yang diterapkan dalam menarik perhatian audiens. Berdasarkan hasil observasi, mahasiswa menerapkan beberapa strategi utama, yaitu mengikuti tren (trend following), menyajikan konten yang autentik, menerapkan teknik soft selling, membangun personal branding, serta menjaga konsistensi dalam mengunggah konten. Strategi tersebut diterapkan untuk meningkatkan jangkauan konten sekaligus mendorong interaksi pengguna dengan produk yang dipromosikan (Purborini & Suryanatha, 2025).

Strategi mengikuti tren dilakukan dengan memanfaatkan musik yang sedang populer, hashtag, format video, maupun tantangan (challenge) yang banyak digunakan oleh pengguna TikTok. Pemanfaatan tren memungkinkan konten memiliki peluang lebih besar untuk muncul pada halaman For You Page (FYP), sehingga jangkauan promosi menjadi lebih luas. Selain itu, mahasiswa juga menyesuaikan isi konten dengan kebutuhan dan preferensi audiens agar informasi yang disampaikan lebih relevan serta mampu meningkatkan minat terhadap produk yang dipromosikan.

Strategi berikutnya adalah menghasilkan konten yang autentik melalui penyampaian pengalaman penggunaan produk secara jujur dan alami. Mahasiswa tidak hanya menampilkan keunggulan produk, tetapi juga memberikan ulasan berdasarkan pengalaman penggunaan sehingga informasi yang disampaikan lebih kredibel. Pendekatan ini sejalan dengan konsep consumer trust, yang menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen merupakan faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat kepercayaan audiens terhadap kreator, semakin besar peluang terjadinya konversi pembelian melalui tautan afiliasi (Afkar, 2023).

Selain itu, mahasiswa lebih banyak menerapkan teknik soft selling dibandingkan promosi secara langsung (hard selling). Produk diperkenalkan melalui cerita, aktivitas sehari-hari, maupun pemberian tips yang berkaitan dengan kebutuhan audiens sehingga promosi tidak terkesan memaksa. Pendekatan tersebut sesuai dengan konsep engagement marketing, yaitu strategi pemasaran yang menekankan pembangunan hubungan dengan audiens melalui interaksi dan penyampaian konten yang bernilai. Melalui strategi ini, audiens tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga terlibat dalam proses komunikasi sehingga mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas terhadap rekomendasi produk.

Mahasiswa juga membangun personal branding dengan menentukan tema konten, gaya komunikasi, serta karakter penyampaian yang konsisten. Identitas digital yang kuat membantu audiens lebih mudah mengenali karakter kreator sekaligus membedakannya dari afiliator lain. Di samping itu, konsistensi dalam mengunggah konten menjadi strategi penting untuk mempertahankan visibilitas akun dan meningkatkan peluang konten direkomendasikan oleh algoritma TikTok. Oleh karena itu, keberhasilan aktivitas TikTok Affiliate tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang dipromosikan, tetapi juga oleh kemampuan mahasiswa dalam menyusun strategi konten yang kreatif, membangun kepercayaan audiens, serta menciptakan keterlibatan yang berkelanjutan melalui media sosial (Fadhilah et al., 2025).

3.4 Pemanfaatan algoritma TikTok dan keterlibatan audiens;

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan algoritma TikTok menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan aktivitas TikTok Affiliate. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, seluruh informan menyadari bahwa distribusi konten pada platform TikTok sangat dipengaruhi oleh algoritma yang mempertimbangkan tingkat interaksi pengguna, seperti jumlah tayangan, komentar, likes, shares, durasi menonton, serta konsistensi unggahan (Fitriyana, Rahman, Pratiwi, & Purnomo, 2024). Oleh karena itu, mahasiswa tidak hanya berfokus pada pembuatan konten, tetapi juga berupaya memahami pola kerja algoritma agar konten yang dipublikasikan memiliki peluang lebih besar untuk muncul pada halaman *For You Page* (FYP). Informan 1 (M1) mengungkapkan:

"Kalau ingin video masuk FYP, saya harus rutin mengunggah konten dan mengikuti tren yang sedang ramai. Biasanya saya juga menggunakan hashtag yang sesuai supaya jangkauan videonya lebih luas."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memahami pentingnya konsistensi unggahan dan pemanfaatan tren sebagai strategi untuk meningkatkan visibilitas konten. Dengan memanfaatkan hashtag, audio populer, serta waktu unggah yang tepat, mahasiswa berupaya menyesuaikan kontennya dengan mekanisme algoritma TikTok sehingga peluang menjangkau audiens yang lebih luas menjadi semakin besar. Informan 2 (M2) menjelaskan: *“Setelah mengunggah video saya selalu melihat jumlah penonton, komentar, dan klik produk. Kalau hasilnya kurang bagus, saya mencoba membuat konten dengan konsep yang berbeda agar performanya meningkat.”*

Temuan tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan fitur analitik TikTok sebagai dasar dalam mengevaluasi efektivitas strategi promosi. Informasi mengenai jumlah tayangan, tingkat keterlibatan (engagement), dan respons audiens digunakan untuk memperbaiki kualitas konten pada unggahan berikutnya. Proses evaluasi ini menunjukkan bahwa aktivitas afiliasi tidak hanya mengandalkan kreativitas, tetapi juga membutuhkan kemampuan membaca data dan memahami perilaku audiens dalam lingkungan digital. Informan 3 (M3) juga menyampaikan: *“Saat melakukan live selling saya bisa langsung berinteraksi dengan calon pembeli. Mereka bertanya tentang produk, lalu saya menjelaskan secara langsung sehingga lebih mudah meyakinkan mereka untuk membeli.”*

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa fitur live selling tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun komunikasi dua arah antara afiliator dan konsumen. Interaksi secara langsung memungkinkan mahasiswa menjawab pertanyaan, memberikan penjelasan mengenai produk, serta membangun kepercayaan audiens. Tingginya keterlibatan audiens melalui komentar, likes, dan siaran langsung menjadi indikator bahwa hubungan yang terjalin tidak hanya berorientasi pada transaksi, tetapi juga pada pembentukan loyalitas dan kepercayaan terhadap creator (Hastuti, Susanto, & Fadillah, 2025).

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep platform economy, yang menjelaskan bahwa platform digital memanfaatkan algoritma untuk menentukan distribusi informasi dan tingkat visibilitas konten berdasarkan perilaku pengguna. Dalam konteks TikTok Affiliate, algoritma berperan sebagai mekanisme yang menghubungkan kreator dengan calon konsumen melalui rekomendasi konten yang relevan. Oleh karena itu, keberhasilan mahasiswa sebagai afiliator tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang dipromosikan, tetapi juga oleh kemampuan mereka dalam memahami algoritma platform, memanfaatkan data analitik, serta membangun keterlibatan audiens secara berkelanjutan melalui konten yang menarik, interaktif, dan sesuai dengan preferensi pengguna (Sulistyowati et al., 2025).

3.5 Tantangan dalam menjalankan aktivitas afiliasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun TikTok Affiliate memberikan peluang bagi mahasiswa untuk memperoleh pendapatan tambahan, aktivitas afiliasi juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang memengaruhi keberlanjutan pendapatan dan efektivitas strategi pemasaran. Tantangan utama yang ditemukan meliputi perubahan algoritma TikTok, meningkatnya persaingan antarafiliasi, fluktuasi pendapatan, serta

tuntutan untuk menjaga kepercayaan audiens. Berbagai tantangan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan dalam aktivitas afiliasi tidak hanya bergantung pada kemampuan mempromosikan produk, tetapi juga pada kemampuan beradaptasi dengan perubahan ekosistem platform digital (Lestari et al., 2026).

Perubahan algoritma TikTok menjadi tantangan yang paling dominan karena berpengaruh terhadap jangkauan konten dan tingkat keterlibatan audiens. Perubahan mekanisme distribusi konten menyebabkan performa video tidak selalu stabil meskipun strategi promosi yang diterapkan relatif sama. Kondisi tersebut menuntut mahasiswa untuk terus mengikuti perkembangan fitur platform, memahami preferensi audiens, serta menyesuaikan strategi konten agar tetap relevan dengan sistem rekomendasi TikTok.

Selain itu, meningkatnya jumlah kreator yang bergabung dalam program TikTok Affiliate menyebabkan persaingan semakin kompetitif. Setiap afiliator dituntut menghasilkan konten yang kreatif, informatif, dan memiliki nilai pembeda agar mampu menarik perhatian audiens. Persaingan tersebut mendorong mahasiswa untuk terus berinovasi dalam menyusun konsep konten, membangun identitas digital, serta meningkatkan kualitas komunikasi pemasaran agar tetap memiliki daya saing di tengah banyaknya kreator yang mempromosikan produk serupa (Sinaga & Harahap, 2025).

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pendapatan dari TikTok Affiliate bersifat fluktuatif karena dipengaruhi oleh performa konten, tingkat interaksi audiens, perubahan algoritma, dan perilaku konsumen. Kondisi tersebut menyebabkan komisi yang diperoleh mahasiswa tidak selalu konsisten setiap periode sehingga aktivitas afiliasi belum dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan utama. Selain itu, mahasiswa juga menghadapi tantangan dalam menjaga kredibilitas sebagai afiliator (Hasibuan & Desiana, 2025). Penyampaian informasi yang tidak sesuai dengan kualitas produk berpotensi menurunkan kepercayaan audiens dan berdampak pada rendahnya minat pembelian serta keberlanjutan aktivitas afiliasi.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep platform work uncertainty, yang menjelaskan bahwa pekerjaan berbasis platform digital memiliki tingkat ketidakpastian yang tinggi karena dipengaruhi oleh perubahan algoritma, dinamika pasar, dan perilaku pengguna yang sulit diprediksi. Dalam konteks TikTok Affiliate, mahasiswa dituntut untuk terus beradaptasi terhadap perubahan teknologi, meningkatkan kreativitas, serta membangun hubungan yang berkelanjutan dengan audiens agar tetap mampu bersaing dalam ekosistem ekonomi digital. Dengan demikian, keberhasilan sebagai afiliator tidak hanya ditentukan oleh pemanfaatan teknologi digital, tetapi juga oleh kemampuan mengelola risiko, berinovasi, dan mempertahankan kepercayaan konsumen secara berkelanjutan (Sudirja, Erawati, Hadi, Hakeem, & Agungsyah, 2024).

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok Affiliate tidak hanya berfungsi sebagai media promosi produk, tetapi juga sebagai sarana penguatan ekonomi digital mahasiswa. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa program ini berperan dalam tiga aspek utama, yaitu meningkatkan pendapatan mahasiswa melalui komisi afiliasi, mengembangkan keterampilan digital seperti pembuatan konten, pemasaran digital, dan komunikasi, serta membentuk jiwa kewirausahaan melalui kemampuan beradaptasi,

berinovasi, dan memanfaatkan peluang bisnis berbasis platform digital. Keberhasilan aktivitas afiliasi dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan mahasiswa, seperti mengikuti tren, menghasilkan konten yang autentik, menerapkan soft selling, serta menjaga konsistensi dan interaksi dengan audiens. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Nurul Jadid dengan pendekatan kualitatif, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada konteks yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods dengan jumlah responden yang lebih besar untuk mengukur secara empiris pengaruh TikTok Affiliate terhadap peningkatan pendapatan, literasi digital, dan minat berwirausaha mahasiswa di berbagai perguruan tinggi.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penelitian dan penulisan artikel ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta bantuan selama proses penelitian berlangsung.

Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada pimpinan dan dosen Program Studi Ekonomi Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Nurul Jadid yang telah memberikan arahan dan dukungan akademik selama proses penelitian. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh informan penelitian, yaitu mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Nurul Jadid yang bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi kepada keluarga, sahabat, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas doa, motivasi, dan dukungan yang diberikan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa artikel ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian pada masa yang akan datang.

6. Daftar Pustaka

- Afkar, M. A. (2023). Model Bisnis TikTok Shop dan Implikasinya terhadap Ekonomi Digital di Indonesia. *Journal of Law and Economics*, 2(1), 41–51.
- Ambarwati, W. D., Pamungkas, Y. B., Yunianto, A. E., Fathih, Q. T., Ambarwati, T., & Febriano, V. (2025). Penguatan Kapasitas Pemuda dalam Pemanfaatan TikTok Affiliate sebagai Strategi Ekonomi Digital Berbasis Komunitas. *PEMA*, 5(3), 634–640.
- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Dewi, L. O. A., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi digital dan antisipasi perubahan ekonomi global dalam dunia perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80–88.
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia: Peluang dan tantangan untuk pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40.
- Fadhilah, K., Fatimah, T., & Jamaludin, A. (2025). Praktik Bagi Hasil Tiktok Affiliate Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jama (Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis)*,

2(2), 123–136.

- Fitriyana, E. A., Rahman, R. A., Pratiwi, R., & Purnomo, M. (2024). Peran Kelompok Wanita Tani Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Melalui Digital Marketing di Bandung. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 145–157.
- Hasibuan, J. R. P., & Desiana, F. A. (2025). Optimalisasi Peran Tiktok sebagai Peluang Ekonomi Baru bagi Gen Z di Era Digital. *MIZANIA: Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(2), 115–132.
- Hastuti, J., Susanto, D. B., & Fadillah, N. (2025). Pengaruh Fitur TikTok Affiliate terhadap Perkembangan Bisnis Digital Mahasiswa di Kabupaten Nagan Raya pada Era Society 5.0. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 4316–4322.
- Insiyah, C. (2025). Tiktok Affiliate Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 10(1), 64–82.
- Khairi, M., Rianto, B., Jalil, M., Juita, H., & Sudeska, E. (2025). Pengaruh teknologi dalam transformasi ekonomi dan bisnis di era digital. *Jurnal Perangkat Lunak*, 7(1), 71–78.
- Lestari, D. I., Amelia, R. Z., Amelia, R., Zahra, S. M., Arrifa, S. N., Puteri, N. M., & Suhaimi, S. (2026). Pengembangan Model Kemitraan Sekolah Dasar Berbasis Partisipasi Aktif: Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 3(3), 108–125.
- Patimah, A. S., Arafah, M., & Muis, M. (2025). Pengaruh Konten Affiliate Marketing dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Tiktok Shop Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 29–41.
- Purborini, V. S., & Suryanatha, I. B. (2025). Inovasi teknologi dalam pemberdayaan masyarakat: Membangun kemandirian dan kesejahteraan. *Jurnal Ilmu Politik Dan Studi Sosial Terapan*, 4(1), 138–152.
- Rachmaniyah, F., Nasrullah, M. H., Sari, F. V., Nuroh, K., & Fadillah, N. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Digital: Pelatihan Tiktok Affiliate untuk Ibu PKK Desa Kudikan Lamongan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(2), 199–206.
- Sinaga, Z. A., & Harahap, L. M. (2025). Transformasi Ekonomi Indonesia Menuju Ekonomi Digital: Tantangan Dan Strategi. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 26–33.
- Sudirja, S., Erawati, W., Hadi, S. W., Hakeem, M. A. R., & Agungsyah, R. Z. (2024). Strategi Peningkatan Pendapatan Melalui Affiliate TikTok pada Remaja Karang Taruna RPTRA Mardani Asri. *Dharma: Bogor Journal of Community Service*, 1(1), 18–24.
- Sugiyono, D. (2022). *Metode penelitian kualitatif*.
- Sulistyowati, R., Listiadi, A., Subroto, W. T., Ramadhani, S. N., Sarfita, D., Damayanti, F., ... Silfina, I. (2025). Pembelajaran Ekonomi Digital: Konsep, Transformasi Pasar Dan Kesiapan Teknologi. *Penerbit Tahta Media*.
- Suryanatha, I. B. (2023). Studi kasus tik-tok affiliate sebagai wajah baru consumer to consumer (C2C) dalam ranah ekonomi digital. *Edu Sociata (Jurnal Pendidikan Sosiologi)*, 6(1), 374–385.