



## **SHOPEE COLLABORATION WITH AFFILIATES TO CREATE CONSUMER IMPULSE BUYING**

**Churin in<sup>1</sup>, Risna Nur Ainia<sup>2</sup> dan Firza Agung Prakoso<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen Bisnis Syariah, Universitas PGRI Wiranegara, <sup>2</sup>Manajemen Bisnis Syariah, Universitas PGRI Wiranegara, <sup>3</sup>Ekonomi Syariah, Universitas PGRI Wiranegara  
email: [cririn909@gmail.com](mailto:cririn909@gmail.com), [risnanurainia@gmail.com](mailto:risnanurainia@gmail.com), [firzaagungprakoso@gmail.com](mailto:firzaagungprakoso@gmail.com)

### **Abstract**

*One of the platforms developing in Indonesia is "Shopee". Shopee is an online shopping platform that has successfully expanded its market coverage and become one of the leading e-commerce companies in the Southeast Asia region. With the continued growth in the number of users, Shopee provides consumers with access to explore products practically and efficiently. Shopee is not only limited to online business transactions but also creates large and easily accessible job opportunities. One of them is opening an affiliate program by becoming a Shopee content creator. The Shopee affiliate program is a Shopee program for content creators who will promote various products on Shopee for which they will later be given a commission. The more active an affiliate is in promoting Shopee goods, the more commission he will get. This research aims to determine the collaboration between Affiliates and Shopee in encouraging consumers to make unplanned purchases (impulse buying). The method used is a qualitative method with a case study approach. The results of this research show that the Shopee Affiliate program is a collaboration program between Affiliates and Shopee so that Shopee products are better known to the wider community so that Shopee customers continue to increase and this, without realizing it, causes more customers to do impulse buying.*

**Keywords: Shopee, Affiliate Program, Impulse Buying.**

### **Abstrak**

Salah satu *platform* yang berkembang di Indonesia yaitu "Shopee". Shopee merupakan *platform* belanja *online* yang berhasil memperluas cakupan pasar dengan sukses dan menjadi salah satu perusahaan *e-commerce* terkemuka di kawasan Asia Tenggara. Dengan pertumbuhan yang terus meningkat pada jumlah pengguna, Shopee memberikan akses kepada konsumen untuk menjelajahi produk secara praktis dan efisien. Shopee tidak hanya terbatas pada transaksi bisnis *online* saja namun juga menciptakan lapangan kerja yang besar dan mudah diakses. Salah satunya membuka program *affiliate* dengan menjadi *content creator* Shopee. Program Shopee *affiliate* adalah program Shopee untuk para *content creator* yang akan mempromosikan berbagai produk di Shopee yang nantinya akan diberikan komisi. Semakin aktif seorang *affiliator* dalam mempromosikan barang-barang Shopee maka akan semakin banyak pula komisi yang akan di dapatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kolaborasi Shopee dengan para *Affiliator* untuk membuat konsumen melakukan pembelian tanpa pertimbangan (*impulse buying*). Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program Shopee *Affiliate* merupakan program kolaborasi antara *Affiliator* dengan Shopee agar produk-produk Shopee lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas sehingga pelanggan shopee terus bertambah dan hal tersebut tanpa disadari membuat pelanggan semakin banyak melakukan *impulse buying* (pembelian tanpa direncana).

**Kata kunci: Shopee, Program Affiliate, Impulse Buying.**

## PENDAHULUAN

Periode era baru saat ini telah memasuki dunia industri yang umumnya sering disebut sebagai era revolusi industri 4.0 (*Four Point Zero*) artinya tidak adalagi pembatas anatara manusia dengan teknologi. Manusia bebas menggunakan perkembangan teknologi tersebut dalam segala aktivitas sehari-harinya. Jika mundur 3 atau 4 tahun lalu, ketika terjadi pandemi covid-19, Pemerintah menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dilanjutkan dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), kebijakan tersebut membawa pergeseran dan kebiasaan baru dimana masyarakat dituntut untuk semakin dekat dengan teknologi (Andriyanti & Farida, 2022). Pemanfaatan teknologi membuat berbagai informasi jadi lebih mudah disampaikan melalui hubungan jarak dekat ataupun jauh sehingga, hal tersebut mendorong lahirnya “Tren digitalisasi” di dalam kehidupan manusia.

Tren digitalisasi mengubah segalanya terutama dalam dunia perdagangan. Saat ini terdapat berbagai metode dan teknik yang dapat digunakan dalam upaya mengembangkan usaha. Namun, dalam mengikuti perkembangan zaman dan untuk dapat bersaing di pasar yang sangat kompetitif, para pelaku usaha bisnis perlu menyesuaikan strategi dan taktik pemasaran mereka. Menurut Gumilang (2019) penting bagi pelaku usaha untuk mengadopsi strategi pemasaran dan media yang tepat guna menarik pasar yang mereka targetkan, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan profitabilitas. Salah satu solusi yang banyak diminati oleh masyarakat adalah memanfaatkan *digital marketing* (Anisah, *et al.*, 2023)

*Digital marketing* ialah proses penggunaan kecanggihan internet dan teknologi interaktif lainnya dengan tujuan membentuk serta menggabungkan interaksi antara perusahaan dan pembelinya (Coviello, *et al.*, 2001:26). *Digital marketing* mempunyai beberapa fungsi seperti fungsi pemasaran yang menciptakan sistem untuk membangkitkan minat dari pembeli atau calon pembeli terhadap perusahaan, mendorong konsumen untuk melakukan tindakan pembelian, memproses pesanan konsumen, menyediakan fasilitas pelanggan, dan berbagai fungsi lainnya terkait dengan periklanan secara digital.

Saat ini, kita menghadapi kondisi persaingan yang rumit dan era digital telah memberikan peluang bagi pelaku usaha luar negeri untuk memasuki pasar dalam negeri. Artinya persaingan bisnis tidak hanya melibatkan pelaku usaha dalam negeri tetapi juga pelaku usaha luar negeri. Fakta ini harus segera di atasi melalui adaptasi usaha yaitu dengan membangun toko secara digital di *marketplace* yang sudah tersedia (Wahyudi, *et al.*, 2022). Di Indonesia terdapat berbagai jenis *marketplace* yang dapat dipilih oleh pemasar. Salah satu *platform* yang berkembang di Indonesia yaitu “Shopee”. Shopee merupakan *platform* belanja *online* yang berhasil memperluas cakupan pasar dengan sukses dan menjadi salah satu perusahaan *e-commerce* terkemuka di kawasan Asia Tenggara. Dengan pertumbuhan yang terus meningkat pada jumlah pengguna, Shopee memberikan akses kepada konsumen untuk menjelajahi produk secara praktis dan efisien.

*Platform* Shopee mewadahi berbagai macam produk mulai dari elektronik, makanan dan minuman, komputer dan aksesoris, perawatan dan kecantikan, handphone dan aksesoris, perlengkapan rumah, pakaian pria, pakaian wanita, sepatu pria, fashion muslim, tas pria, fashion bayi dan anak, aksesoris fashion, ibu dan bayi, jam tangan, sepatu wanita, kesehatan, tas wanita, hobi dan koleksi, otomotif, olahraga dan outdoor, buku dan alat tulis, souvenir dan party supplies, fotografi, voucher dan shopeepay sekitarmu. Banyak sekali ragam barang yang dijual oleh para penjual kepada konsumen. Aplikasi ini mulai beroperasi secara aktif di Indonesia pada akhir bulan juni 2015 (Fachrina & Nawawi, 2022).

Kelebihan Shopee tidak hanya terbatas pada transaksi bisnis *online* saja namun juga menciptakan lapangan kerja yang besar dan mudah diakses. Salah satunya membuka program *affiliate* dengan menjadi *conten creator* Shopee. Program Shopee *affiliate* adalah program Shopee untuk para *content creator* yang akan mempromosikan berbagai produk di Shopee yang nantinya akan diberikan komisi. Seorang *content creator* akan mempromosikan barang yang dipakainya dengan cara membagikan *custom link* di dalam kontennya, dapat berupa foto atau video kemudian disebar di berbagai media sosial (Noersabila, *et al.*, 2023).

*Affiliate Marketing* muncul sebagai inovasi baru dalam dunia marketing. Sistem pemasaran Afiliasi dirancang agar dapat diakses oleh siapapun. Selama melakukan promosi pihak pertama atau penjual di Shopee menentukan komisi yang akan diberikan kepada Afiliator (*conten creator*) sehingga ketika ada konsumen yang membuka link yang di promosikan oleh Afiliator tersebut dan melakukan transaksi pembelian, maka Afiliator akan menerima komisi yang sudah ditentukan oleh penjual di Shopee (Aldhama, 2022). Para penjual beraneka ragam dalam menentukan jumlah komisi buat para Afiliator. Semakin tinggi komisi yang diberikan oleh penjual maka akan semakin banyak para Afiliator yang mempromosikan barang penjual tersebut.

Dalam upayanya memperluas bisnisnya ke seluruh dunia Shopee berhasil mendapatkan dukungan masyarakat dengan program *affiliate* yang menjadi pemasaran koneksi tersebut. Banyak masyarakat yang mendapatkan komisi hingga puluhan juta bahkan ratusan juta semenjak tergabung menjadi Afiliator (*conten creator*) di program *Affiliate* Shopee. Hal tersebut menarik perhatian masyarakat untuk berlomba-lomba mendapatkan sebuah komisi dari para penjual sehingga melakukan berbagai upaya untuk mendorong konsumen melakukan pembelian tanpa pertimbangan atau biasa disebut dengan istilah *impulse buying*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kolaborasi Shopee dengan para Afiliator untuk membuat konsumen melakukan pembelian tanpa pertimbangan (*impulse buying*).

## TINJAUAN PUSTAKA

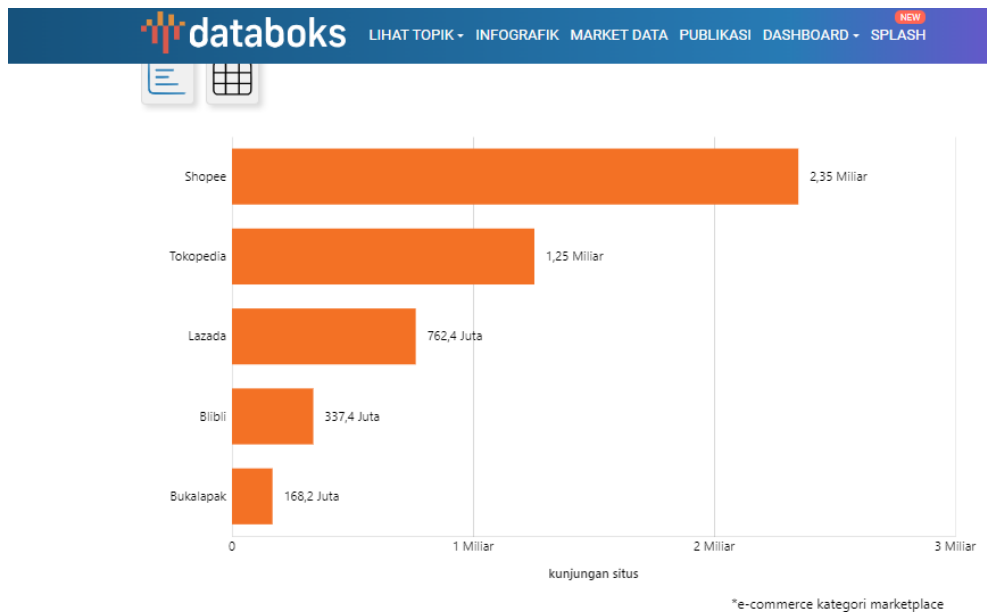
### A. Shopee

Shopee adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang jual beli secara *online* dan dapat diakses secara mudah dengan menggunakan *smartphone*. Shopee hadir dalam bentuk aplikasi yang memudahkan penggunanya dalam melakukan kegiatan berbelanja secara *online* tanpa harus ribet menggunakan perangkat komputer. Namun, cukup menggunakan *smartphone* saja, Shopee akan menawarkan berbagai macam produk-produk kebutuhan sehari-hari.

Shopee ikut meramaikan pasar Indonesia pada akhir bulan Mei 2015 dan mulai beroperasi sejak Juni 2015. Shopee merupakan sebuah anak perusahaan dari Garena yang berbasis di Singapura. Meningkatnya penetrasi pengguna *gadget* membuat PT Shopee International Indonesia melihat peluang baru di dunia *e-commerce*. Sasaran pengguna Shopee adalah kalangan muda yang saat ini terbiasa melakukan kegiatan dengan bantuan *gadget* termasuk kegiatan berbelanja. Oleh karena itu, Shopee hadir dalam bentuk aplikasi *mobile* guna untuk menunjang kegiatan berbelanja yang mudah dan cepat.

Shopee hadir di Indonesia untuk membawa pengalaman berbelanja baru. Shopee memfasilitasi penjual untuk berjualan dengan mudah serta memfasilitasi pembeli dengan proses pembayaran yang aman dan pengaturan logistik yang terintegrasi. Dari keberhasilan mempertahankan eksistensinya tersebut Shopee berhasil menjadi aplikasi belanja *online* populer di Asia dan perusahaan *unicorn start up* di Indonesia.

Berdasarkan data Databoks, Shopee merupakan *e-commerce* kategori *marketplace* yang meraih kunjungan situs terbanyak di Indonesia sepanjang 2023. Berikut data 5 *e-commerce* dengan pengunjung terbanyak di Indonesia (Januari-Desember 2023).



Sumber : Databoks, 10 Januari 2024

Selama Januari-Desember 2023 secara kumulatif situs Shopee meraih sekitar 2,3 miliar kunjungan, jauh melampaui para pesaingnya. Tertinggi nomer 2 Tokopedia dilanjut dengan Lazada, Bibli dan Bukalapak. Jarak pencapaian Shopee dengan para pesaingnya begitu terlihat sangat jauh. Selain menang dari segi kuantitas, situs Shopee juga meraih tingkat pertumbuhan kunjungan paling tinggi. Hal tersebut tidak lain karena Shopee berhasil melakukan inovasi dari berbagai aspek terutama dalam bidang pemasarannya. Salah satu contohnya adalah Shopee membangun hubungan sosial yang baik dengan para Affiliator untuk terus meningkatkan jumlah pengunjung baru Shopee dan terus menjaga loyalitas pelanggan yang setia berbelanja di Shopee.

### B. Program *Affiliate*

Istilah “*affiliate*” atau afiliasi di media sosial merupakan salah satu program yang tidak asing lagi. *Affiliate* merupakan sebuah sistem dalam *marketing* yang sangat membantu proses berjalannya penjualan *online* saat ini. Menurut Noersabilah, *et., al* (2023) menyatakan bahwa *affiliate marketing* adalah sebuah proses dimana suatu produk atau layanan yang dikembangkan sedemikian rupa lalu dijual dengan sistem pembagian keuntungan dan kebanyakan program *affiliate* berasal dari bisnis yang ada di *e-commerce*. Salah satu *e-commerce* yang saat ini diminati oleh khalayak umum adalah Shopee.



Shopee *Affiliate* Program adalah salah satu program Shopee untuk para Affiliator (*content creator*) agar bisa mendapatkan penghasilan tambahan berupa komisi dengan cara mempromosikan produk-produk di Shopee melalui saluran media sosial. *Platform* media sosial

yang bisa digunakan beraneka ragam mulai dari Whatsapp, Instagram, Youtube, Facebook, Tiktok hingga Twitter.

Para *content creator* diberi kebebasan untuk memilih produk yang ingin mereka promosikan dan *platform* media sosial mana yang ingin mereka gunakan. Program Shopee *Affiliate* bisa diikuti oleh siapa saja tanpa ada minimum *followers*. Prosesnya mudah dan tidak ada kontrak eksklusif yang mengikat. Jadi, Shopee *Affiliate* Program ini cocok banget untuk orang-orang yang ingin memiliki penghasilan tambahan tanpa harus keluar rumah.

Menariknya, cara kerja Shopee *Affiliate* Program ternyata begitu sederhana. Kita cukup join mendaftar Shopee *Affiliate* lalu mulai mempromosikan produk-produk yang ada di Shopee melalui media sosial. Kita pun dengan mudah bisa mendapatkan komisi dari produk yang dipromosikan tersebut. Sangat praktis dan menguntungkan. Dengan bergabung menjadi Shopee *Affiliate*, berarti kita setuju untuk membantu menawarkan berbagai produk yang dijual di Shopee dengan menambahkan tautan link produk pada konten-konten yang di unggah di media sosial.

Meskipun program *affiliate* Shopee ini bisa diikuti oleh semua kalangan, tentu tetap terdapat syarat dan ketentuan yang harus diperhatikan dan patuhi ketika hendak menjadi Shopee *Affiliate*. Berikut ini adalah syarat-syarat terkait yang harus kamu perhatikan sebelum bergabung di Shopee *Affiliate* Program (Shopee, 2020).

1. Ketentuan bergabung :

- Pastikan media sosial kamu aktif, terbuka untuk umum, dan memiliki konten yang orisinal.
- Pastikan akun Shopee yang terdaftar adalah akun pribadi, bukan akun toko atau penjual Shopee.

2. Ketentuan produk dan konten yang dilarang:

- Produk dan konten yang berkaitan dengan kegiatan ilegal (narkoba dan obat-obatan terlarang, penipuan, terorisme, tindakan kriminal dll)
- Produk dan konten yang berkaitan dengan tembakau, perjudian, dan senjata.
- Produk dan konten yang berkaitan dengan pornografi atau cabul.
- Produk dan konten yang berkaitan dengan kekerasan.
- Produk dan konten yang mengandung ujaran kebencian, bersifat memfitnah, atau mencemarkan dan diskriminatif.

Berikut keuntungan yang akan didapatkan dari Shopee *Affiliate* Program:

- Komisi Shopee hingga 4% untuk produk Shopee Mall, Shopee Supermarket, Star+ dan Star.
- Komisi XTRA dari penjual untuk komisi tambahan tanpa batas maksimum per transaksi.
- Sampel gratis dengan mengikuti *campaign* Shopee.
- Komisi tambahan 15% dari Shopee *Affiliate Millionaire Leaders* dengan refer teman sebanyak-banyaknya.

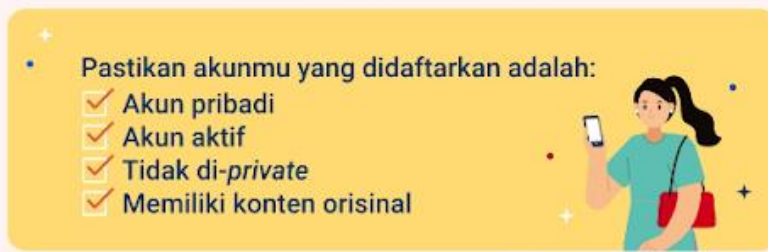
Bersama Shopee Affiliate, kamu akan dapatkan



Syarat dan ketentuan berlaku. Cek FAQ

Agar pendaftaran Shopee Affiliate Program dapat sukses dengan lancar. Berikut hal-hal yang perlu diperhatikan:

#### Hal penting yang kamu perlu tahu



Selain itu, Shopee juga memfasilitasi sebuah komunitas resmi bagi orang-orang yang sudah bergabung dalam program *Shopee Affiliate* dengan *follow* akun instagram resmi komunitas di @shopee\_affiliatesid.

Berikut ini keuntungan bergabung di *Shopee Affiliate Community*:

- Bisa berdiskusi dengan ribuan *affiliate* lainnya dari seluruh Indonesia
- Mendapatkan info paling *update* seputar *Shopee Affiliate Program*
- Kesempatan mengikuti kelas edukasi *online* gratis.

#### C. *Impulse Buying*.

*Impulse buying (impulsive buying)* atau pembelian tidak terencana merupakan pembelian yang tidak rasional dan terjadi secara spontan karena muncul dorongan kuat untuk membeli dengan segera pada saat itu juga dan adanya perasaan positif yang kuat mengenai suatu benda, sehingga pembelian berdasar *impulse* tersebut cenderung terjadi dengan adanya perhatian dan mengabaikan konsekuensi negatif. Menurut Mowen dan Minor (2010) *impulse buying* adalah tindakan membeli yang dilakukan tanpa memiliki masalah sebelumnya atau maksud / niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko. Sedangkan menurut Suhartini (2016) *impulse buying* merupakan keputusan yang emosional atau menurut desakan hati. Hal senada diungkapkan juga oleh Arifianti (2011) yang mengatakan bahwa *impulse buying* berkaitan dengan perilaku untuk membeli berdasarkan emosi yang berkaitan dengan pemecahan masalah pembelian yang terbatas atau spontan. Selain itu, *impulse buying* adalah hedonis kompleks dan memiliki kecenderungan untuk tidak memperhatikan konsekuensinya (Rook, 1987).

Ilustrasi dari *impulse buying* dapat terjadi ketika seseorang melihat stimulasi pemasaran (misalnya adanya promosi penjualan) bisa saja secara tiba-tiba membeli produk yang sebenarnya tidak direncanakan untuk membeli dan tidak memperhatikan konsekuensinya

karena dorongan yang besar dalam dirinya untuk tiba-tiba membeli. *Impulse buying* terbagi menjadi dua dimensi yaitu:

- a. Kognitif yaitu suatu proses psikologi dilihat dari kurangnya perencanaan dan pertimbangan sehingga tidak dapat di kontrol dalam berpikir secara rasional. Elemen ini fokus pada kognitif individu akibat konflik dalam diri meliputi : rasa senang, ingin membeli dengan segera, termotivasi untuk mengesampingkan pertimbangan dan mengesampingkan akibat dari pembelian yang dilakukan apabila berujung kekecewaan.
- b. Afektif yaitu sebuah proses psikologi dari dalam diri seseorang berupa perasaan senang dan nikmat. Dorongan emosi yang kuat memicu individu untuk melakukan *impulse buying* tanpa sadar dan dari luar perencanaan.

Menurut Rockfish dan Fisher (1995) dalam (Hursepuny & Oktafani, 2018) *impulse buying* diukur dari :

- a. Spontanitas
- b. Kekuatan, kompulsi dan intensitas
- c. Kegairahan dan stimulasi
- d. Ketidakpedulian akan akibat

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan model pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan suatu model yang menitikberatkan pada eksplorasi “sistem terbatas” terhadap suatu kasus tertentu atau dalam beberapa kasus secara mendetail dengan penggalian data yang mendalam. Berbagai sumber informasi yang kaya konteks dilakukan untuk penggalian data (Creswell, 2015). Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumen. Penelitian ini juga didukung dengan teknik *purposive sampling*. Melalui teknik *purposive sampling*, peneliti memilih partisipan penelitian dan lokasi penelitian dengan tujuan mempelajari atau memahami pokok permasalahan yang akan diteliti. Partisipan penelitian dan lokasi penelitian yang dipilih dengan teknik ini disesuaikan dengan tujuan penelitian (Herdiansyah, 2019).

Menurut Sugiyono (2016) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber informasi dalam keadaan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu dari apa yang diharapkan. Narasumber yang digunakan sebagai data utama berjumlah 4 narasumber dari affiliator (*conten creator*) yang sudah berhasil dan sukses selama bergabung dalam program *Shopee Affiliate*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sampel yang diambil dianggap paling mengetahui tentang permasalahan yang sedang diteliti.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Salah satu program afiliasi di Indonesia yang menarik untuk dicoba ialah *Shopee Affiliate*. Fitur *Shopee Affiliate* program pada *marketplace* *Shopee* adalah salah satu program *Shopee* yang mengajak seluruh pengguna media sosial untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan cara mempromosikan produk-produk *Shopee* melalui akun media sosialnya. Besarnya nilai komisi yang diraih bervariasi, tergantung pada persentase yang diberikan oleh pemilik *brand* atau produk. Sederhananya, program *Shopee Affiliate* ini merupakan sebuah skema dimana para affiliator membuat konten promosi yang disertai *link* yang langsung menuju produk, lalu disebar di berbagai *platform* sosial media lainnya agar mendapatkan pembeli. Dengan demikian, dari setiap pembelian yang diselesaikan para Affiliator (*creator*) akan mendapatkan komisi. Program ini memberikan peluang bagi siapa saja, baik perorangan maupun bisnis untuk menghasilkan pendapatan tambahan sambil mempromosikan produk yang mereka sukai dan percayai.

Program *Shopee Affiliate* ini menghubungkan *Shopee* sebagai *merchant* dengan affiliator yang bertindak sebagai pihak ketiga untuk mempromosikan produk *Shopee*. Program *Shopee Affiliate* ini memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak atau biasa disebut dengan istilah simbiosis mutualisme yang mana pemilik *brand* (penjual) dan affiliator sama-sama

mendapatkan keuntungan begitupun dengan pihak Shopee mendapatkan keuntungan dari setiap transaksi yang dilakukan oleh konsumen.

Bersumber pada penelitian yang telah dilakukan termasuk hasil wawancara dengan para Narasumber yakni Usmawati dengan nama akun shopee *affiliate* (@kakausma), Annisa dengan nama akun Shopee *affiliate* (@kamilah2812), Tuty Surattuty dengan nama akun *affiliate* (@Tutysaca), Azquera.quinn dengan nama akun *affiliate* (@ibunazqueraquinn) ditemukan informasi menarik terkait kolaborasi antara Affiliator dengan program Shopee *Affiliate* yang mendorong perilaku *impulse buying* konsumen.

#### 1. Fleksibel bisa dikerjakan dimana saja.

Pekerjaan yang bisa dikerjakan dimana saja ini membuat para Affiliator (*creator*) tidak kenal waktu dalam mempromosikan produk-produk Shopee. Mereka dapat mempromosikan produk Shopee kapan saja dan dimana saja jadi tidak ada batasan jam kerja yang ditentukan oleh Shopee untuk mempromosikan produk-produk Shopee. Shopee memberikan sebuah kebebasan dalam hal ini. Sehingga hal tersebut mendorong semangat para Affiliator dalam membuat *content*. Biasanya hal yang membuat konsumen tertarik melakukan keputusan pembelian yang tidak direncanakan (*impulse buying*) melalui promosi Affiliator pada:

##### - Shopee video

Shopee video adalah salah satu media khusus yang mewadahi hasil *content* dari para Affiliator. Promosi singkat melalui shopee video membuat konsumen antusias ingin membeli karena Shopee memberikan gratis ongkir 0 rupiah dan *cashback* 10% - 15% khusus bagi mereka yang melakukan pembelian melalui shopee video. Terutama melakukan pembelian melalui akun Affiliator yang sudah centang kuning maka konsumen akan mendapatkan *cashback* 40% - 50% dari setiap pembelian melalui Shopee video. Sebuah *cashback* dan gratis ongkir yang khusus diberikan Shopee kepada para Affiliator ini sangat mendorong banyak Affiliator-Affiliator dalam membuat *content* dan pastinya berlomba-lomba agar akunnya bisa naik jenjang centang kuning biar lebih banyak promo yang didapatkan dari Shopee. Semakin banyak *content* yang berseliweran di Shopee video tersebut maka akan sangat mudah mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian tanpa direncanakan (*impulse buying*).

##### - *live streaming*

*Live streaming* bukan hanya dapat dilakukan oleh orang yang berjualan di Shopee. Namun, *live streaming* juga dapat dilakukan oleh para affiliator atau *content creator* yang tergabung dalam shopee *affiliate program*. Ada banyak kesempatan luas bagi para affiliator untuk lebih banyak mendapatkan hasil komisi melalui *live streaming* karena mereka dapat mempromosikan secara langsung dan menjelaskan secara detail apa yang mereka jual kepada konsumen. Shopee juga memberikan program gratis ongkir 0 Rupiah serta *cashback* 10% - 15% khusus bagi para konsumen yang melakukan pembelian melalui *live streaming*. Hal tersebut memicu minat konsumen untuk melakukan pembelian di *live streaming* yang dilakukan oleh Affiliator. Terkadang Shopee juga tidak tanggung-tanggung memberikan *cashback* 25% khusus bagi konsumen yang membeli produk di *live streaming* yang dilakukan oleh Affiliator. Hal tersebut sangat meracuni konsumen untuk melakukan pembelian tanpa direncanakan (*impulse buying*).

#### 2. Mendatangkan penghasilan pasif

Menjadi *content creator* di program Shopee *Affiliate* merupakan sebuah kebanggaan sendiri bagi setiap orang. tidak heran jika setiap orang sangat antusias untuk membuat *content* setiap harinya karena *content* yang mereka buat ibaratkan sebuah investasi bagi mereka. *Content* tersebut akan terus mengalir pemasukan bagi affiliator jika terdapat konsumen yang membeli melalui *content* yang sudah mereka buat. *Content* tersebut biasanya berupa sebuah video atau foto yang disebar di Shopee Video, instagram, Facebook, Twiter, Whatshapp, Youtube dan Tik-Tok. Video yang dibuat tersebut tetap tertanam di akun media sosial mereka sehingga konsumen bisa sewaktu-waktu melakukan pembelian di *content* yang sudah dibuat oleh para Affiliator. Bagi Affiiator semakin banyak konsumen yang melakukan pembelian *content* yang sudah mereka buat maka komisi yang didapatkan akan semakin banyak. Hal



tersebut menjadikan *content* yang mereka buat menjadi penghasilan masif bagi mereka. Sehingga tak heran jika *content* mereka dianggap sebagai sebuah investasi bagi mereka. Semangat membara yang dilakukan oleh para *content creator* terus tumbuh yang menjadikan *content* mereka semakin banyak dan terus banyak. Banyaknya *content* yang beredar dalam mempromosikan produk Shopee tersebut membuat konsumen tertarik dan tanpa sadar melakukan pembelian tanpa direncana (*impulse buying*).

### 3. Minim biaya modal

Untuk bergabung dalam program Shopee *Affiliate* hanya membutuhkan KTP (Kartu Tanda Penduduk) dan Nomer HP untuk mendaftar. Setelah berhasil bergabung menjadi Affiliator Shopee maka kita bisa melakukan promosi produk Shopee dengan *share content* video atau foto yang dapat dibuat dengan cara organik (hasil *review* sendiri) atau dapat pula mengambil video atau foto milik penjual untuk di promosikan. Jadi modal yang dikeluarkan hanya untuk membeli produk yang ingin kita promosikan atau *review* saja dan nantinya produk tersebut akan menjadi milik kita. Saat ini, untuk mendorong semangat affiliator Shopee membuka membuka program sampel gratis. Sehingga tidak semua *content* yang dibuat harus dilakukan dengan cara membeli terlebih dahulu tapi bisa didapatkan dengan cara gratis. Para affiliator dapat mengajukan permintaan sampel gratis kepada para penjual yang ingin memberikan sampel gratis kepada affiliator. Sampel gratis itu diberikan dengan dikirimkan ke alamat affiliator dan biaya ongkir akan ditanggung oleh penjual. Jadi affiliator tidak perlu mengeluarkan uang sepeserpun. Affiliator hanya perlu mengajukan permintaan sampel saja dan menunggu persetujuan dari penjual. Saat penjual menyetujui permintaan sampel tersebut maka affiliator wajib mempromosikan produk tersebut. Hal tersebut sangat mendorong minat affiliator untuk semangat dalam membuat konten karena minimnya biaya yang diperlukan tapi penghasilannya bisa berkali-kali lipat. Strategi Shopee memberikan sebuah inovasi baru dengan pemberian sampel gratis tersebut mendorong semangat affiliator dalam membuat konten mengenai produk-produk Shopee sehingga Shopee lebih dikenal luas di Masyarakat dan membuat para pelanggan baru berdatangan atau pelanggan lama tetap setia membeli produk di *e-commerce* Shopee. Hal ini sangat menarik karena tanpa kita sadari setiap harinya ada pelanggan baru atau lama yang membeli produk Shopee tanpa direncanakan (*impulse buying*).

### 4. Berpeluang menjadi *content creator* terkenal.

Menjadi *content creator* atau affiliator Shopee tidak menutup kemungkinan menjadikan kita sebagai seorang yang terkenal karena semakin banyak *content* yang kita buat kemudian ada salah satu atau beberapa video kita viral menjadikan akun kita semakin banyak pengikutnya. Akun yang terus tumbuh dengan banyak pengikut tersebut mengantarkan kita menjadi seorang yang banyak dikenal di media sosial sehingga bergabung dalam Program Shopee *Affiliate* ini berpeluang menjadikan kita dikenal atau terkenal di media sosial. Semakin banyak orang yang mengenal kita maka akan semakin menambah reputasi akun kita menjadi baik dan hal tersebut akan memudahkan kita mempromosikan produk-produk Shopee dengan mudah. Sehingga, mempermudah proses kita dalam mendatangkan pelanggan baru. Semakin banyak followers yang mengikuti kita maka akan semakin baik pula akun kita untuk tumbuh ke jenjang berikutnya yakni centang kuning. Shopee memberikan sebuah jenjang karir bagi kita yang bergabung dalam program Shopee *Affiliate* program dengan diberikan centang kuning bagi akun yang sudah memenuhi kualifikasi dari Shopee *Affiliate program*. Ketika akun *content creator* atau affiliator sudah centang kuning maka bonus-bonus yang diberikan oleh Shopee akan semakin banyak seperti pemberian komisi XTRA, pemberian *cashback* khusus dan bonus-bonus lainnya sehingga sangat memicu semangat para *content creator* untuk menekuni pekerjaan menjadi Affiliator Shopee.

### 5. Berpeluang mendapatkan komisi lebih besar

Selain *menshare content* video dan foto selama bergabung dalam program Shopee *Affiliate* kita juga dapat berkesempatan mendapatkan komisi tambahan dengan mengajak teman sebanyak-banyaknya untuk bergabung menjadi member tim atau biasa disebut menjadi

*Millionaire Leaders*. Ada banyak keuntungan saat kita bisa membangun tim di program Shopee *Affiliate* ini. Berikut ini simulasi tambahan komisi yang di dapatkan.



Simulasi tambahan yang bisa anda dapatkan jika menjadi *Millionaire Leaders*:

Jika anda sebagai *Millionaire Leaders* memiliki 1 tim Member dan Member Tim anda memiliki komisi selama 1 bulan sebesar Rp12.000.000/bulan.

Maka selama 3 bulan anda akan mendapatkan 15% dari total komisi member tim anda:

$3 \text{ bulan} \times \text{Rp}1.800.000 \text{ (15\% dari total komisi)} = \text{Rp}5.400.000$

*Affiliate Millionaire Leaders* akan mendapatkan komisi Cuma-Cuma sebesar 5,4 jt Rupiah hanya dengan mengajak member baru untuk bergabung dalam program Shopee *affiliate*. Semakin banyak anda mengajak orang lain untuk bergabung menjadi member maka akan semakin besar juga berkesempatan anda menjadi *Millionaire Leader* yang sukses. Itulah yang membuat pekerjaan menjadi Affiliator semakin diminati oleh khalayak Masyarakat. Selain itu, Shopee juga memberikan bonus trip jalan-jalan bagi *Millioner Leader* yang terpilih. Program inovasi ini sangat mendorong Affiliator untuk terus membantu Shopee menyebarkan produk-produk yang di jual Shopee. Sehingga semakin hari pengunjung Shopee terus tumbuh dan mendatangkan banyak pelanggan yang melakukan pembelian tanpa direncana (*impulse buying*).

## KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan pada penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Shopee adalah salah satu hal *marketplace* yang diminati oleh masyarakat sehingga menjadi *platform marketplace* nomer satu di Asia Tenggara. Banyaknya program inovasi yang dilakukan oleh Shopee mendorong khalayak untuk mengikuti penawaran program tersebut. Saat ini salah satu program Shopee yang sangat diminati oleh masyarakat Indonesia adalah program Shopee *Affiliate*. Banyak sekali manfaat yang diperoleh oleh beberapa orang yang tergabung dalam Shopee *Affiliate* karena mendapatkan tambahan penghasilan hingga puluhan juta dari Shopee *Affiliate*. Begitupun keuntungan yang di dapatkan oleh shopee dengan banyaknya orang yang tergabung dalam program Shopee *Affiliate* maka produk-produk Shopee akan lebih banyak dikenal oleh masyarakat luas sehingga pelanggan shopee terus bertambah. Kolaborasi yang dilakukan oleh Shopee dengan para Affiliator yang penuh XTRA ini berhasil meracuni pelanggan melakukan pembelian di Shopee tanpa di rencana (*impulse buying*).

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aldhama, Pinky., 2022. Pengaruh Review Dan Affiliate Marketing Produk Marketplace Terhadap Impulse Buying Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung). Doctoral dissertation. UIN Raden Intan Lampung. Lampung
- [2] Andriyanti, E., & Farida, S. N. 2022. Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tik-Tok di Sidoarjo). *Forbiswira Forum Bisnis dan Kewirausahaan.*, Vol. 11, No. 2, 228-241.
- [3] Anisah, T. N., Najmudin, M., & Sardi, A. E. 2023. From Interaction to Transaction: Analyzing the Influence of Social Presence on Impulsive Purchasing in Live Streaming Commerce. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan.*, Vol. 16, No. 3, 455-467
- [4] Arifianti, Y. 2011. Buku Mengenal Tanah Longsor Sebagai Media Pembelajaran Bencana Sejak Dini. *Bulletin Vulkanologi dan Bencana Geologi.*, Vol. 6, No. 3, 17-24
- [5] Coviello, N., Milley, R., & Marcolin, B. 2001. Understanding IT-enabled interactivity in contemporary marketing. *Journal of Interactive Marketing.*, Vol. 15, No. 4, 18-33.
- [6] Creswell, J. W. 2015. *Penelitian kualitatif & desain riset*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta:
- [7] Databoks. 2024. 5 E-Commerce dengan pengunjung terbanyak sepanjang 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>. Diakses tanggal 09 Juni 2024
- [8] Fachrina, R., & Nawawi, Z. M. 2022. Pemanfaatan Digital Marketing (Shopee) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Di Marelan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA).*, Vol. 2, No. 2, 247-254.
- [9] Gumilang, R. R. 2019. Implementasi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Hasil Home Industri. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen.*, Vol. 10, No. 1, 9-14.
- [10] Herdiansyah, H. 2019. *Metodologi penelitian kualitatif : untuk ilmu-ilmu sosial*. Salemba Humanika. Jakarta
- [11] Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Shopee \_ Id. *EProceeding of Management.*, Vol.5, No. 1, 1041–1048
- [12] Mowen, J.C., Minor, M. 2010. *Consumer Behavior*. Publisher. Prentice Hall, Inc
- [13] Noersabila, E. L., Ardiansyah, A., & Witantra, A. P. 2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Affiliator Shopee Dalam Mempromosikan Produk. *Jurnal Inovasi dan Kreativitas (JIKa).*, Vol.3, No. 2, 1-12.
- [14] Rook, D. W. 1987. The Buying Impulse. *Journal of Consumer Research.*, Vol. 14, No. 2, 189-199.
- [15] Shopee. 2020. Shopee Affiliate Program. [https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72053-\[Shopee-Affiliates-Program\]-Apa-itu-Shopee-Affiliates-](https://help.shopee.co.id/portal/4/article/72053-[Shopee-Affiliates-Program]-Apa-itu-Shopee-Affiliates-)

[Program%3F#:~:text=Shopee%20Affiliate%20Program%20adalah%20salah,Shopee%20mela-lui%20akun%20media%20sosialnya.](#) Diakses tanggal 01 Juli 2024

[16] Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta. Bandung

[17] Suhartini, Y. I., Rodhiyah, R., & Listyorini, S. 2016. Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involment dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying., *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 5, No. 1, 1-10.

[18] Wahyudi, W., Mukrodi, M., Sugiarti, E., Marayasa, I. N., & Mawardi, S. 2022. Mengenal pemasaran digital dan market place: Solusi meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19., *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 1, 44-53.