

Peran Profesi *Affiliate Marketing* Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Ibu Rumah Tangga Kelurahan Tajur Ciledug

Endro Tri Nugroho

Bisnis Digital, Institut Media Digital Emtek
Email : endrotrinugroho@gmail.com

Abstract: *The development of the digital economy has created various business opportunities through digital media, one of which is affiliate marketing. This activity has become increasingly popular among millennial housewives because it offers flexibility in working hours and easy access without requiring significant capital. This study aims to analyze the role of affiliate marketing in helping the millennial generation, particularly housewives, achieve economic independence, as well as to identify the motivations, opportunities, and challenges they face in carrying out this activity.*

This research employed a qualitative method with a phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews, non-participant observation, and literature studies involving millennial housewives who actively participate as affiliates on various digital platforms such as TikTok and Shopee. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, while data validity was tested using triangulation techniques.

The results indicate that affiliate marketing contributes positively to increasing the income and digital literacy of millennial housewives. This activity helps respondents earn additional income, improve their digital marketing skills, and expand the utilization of technology in digital economic activities. However, most respondents still earn incomes below the applicable minimum wage standard, indicating that affiliate marketing cannot yet be considered a primary profession and continues to function mainly as a side job. Factors such as intense competition, platform algorithm changes, consistency, time constraints, and low sales conversion rates are the main obstacles to increasing income. This study concludes that affiliate marketing has the potential to serve as an additional source of income that supports household finances; however, it has not yet been able to fully achieve economic independence for most millennial housewives in Tajur Village, Ciledug.

Keywords: *Affiliate Marketing, Digital Economy, Millennial Housewives, Economic Independence, Additional Income.*

Abstrak: Perkembangan ekonomi digital telah menghasilkan berbagai macam peluang usaha berbasis media digital, salah satunya adalah melalui *affiliate marketing*. Kegiatan ini banyak dilakukan dan diminati oleh ibu rumah tangga milenial karena menawarkan fleksibilitas waktu dan kemudahan akses tanpa memerlukan modal yang besar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *affiliate marketing* dalam membantu generasi milenial khususnya ibu rumah tangga dalam mencapai kemandirian ekonomi serta mengidentifikasi motivasi, peluang, dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan aktivitas tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi non partisipatif, dan studi literatur terhadap ibu rumah tangga milenial yang aktif sebagai affliator di berbagai macam platform digital seperti Tiktok dan Shopee. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sedangkan validasi data diuji menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *affiliate marketing* dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap peningkatan pendapatan dan literasi digital ibu rumah tangga milenial. Kegiatan *affiliate marketing* ini membantu responden mendapatkan penghasilan tambahan, meningkatkan ketrampilan pemasaran digital dan memperluas

pemanfaatan teknologi dalam kegiatan ekonomi digital. Akan tetapi, sebagian besar responden masih memperoleh pendapatan di bawah standar upah minimum yang berlaku sehingga *affiliate marketing* belum dapat dijadikan sebagai profesi utama dan masih berfungsi sebagai pekerjaan sampingan. Faktor seperti persaingan yang tinggi, perubahan algoritma platform, konsistensi, keterbatasan waktu, dan rendahnya tingkat konversi penjualan menjadi kendala utama dalam meningkatkan pendapatan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *affiliate marketing* memiliki potensi sebagai sumber pendapatan tambahan yang mendukung perekonomian keluarga, namun belum mampu sepenuhnya untuk mewujudkan kemandirian ekonomi bagi sebagian besar ibu rumah tangga milenial di kelurahan Tajur, Ciledug.

Kata Kunci: *Affiliate marketing*, Ekonomi Digital, Ibu Rumah Tangga Milenial, Kemandirian Ekonomi, Pendapatan Tambahan.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan yang signifikan dalam pola kerja, aktivitas ekonomi, dan peluang usaha bagi generasi muda. Perubahan transformasi ini melahirkan berbagai model jenis baru berbasis internet, salah satunya adalah *affiliate marketing* yang memungkinkan seorang individu dapat memperoleh pendapatan tambahan melalui promosi produk atau jasa dengan atau tanpa harus memiliki produk sendiri. Pada mulanya *affiliate marketing* hanya dipandang sebagai pekerjaan sampingan, namun seiring berjalannya waktu dalam perkembangannya mulai dilirik menjadi salah satu alternatif profesi di era bisnis digital. *Affiliate marketing* adalah suatu kegiatan individu atau himpunan yang melibatkan suatu organisasi, perusahaan tertentu, atau platform untuk menghasilkan keuntungan dengan cara mempromosikan produk atau layanan dari suatu perusahaan tersebut (Haryani et al., 2024). *Affiliate marketing* merupakan bentuk pemasaran berbasis komisi, yang mana pihak ketiga sebagai afiliasi mempromosikan produk atau jasa dan akan mendapatkan komisi dari setiap penjualan yang berhasil dilakukannya melalui tautan afiliasi yang mereka tautkan (Novi Puspa Nurdin et al., 2025).

Konsep ini dapat memberikan peluang menambah penghasilan bagi siapa yang berpartisipasi dengan atau tanpa harus memiliki produk sendiri. Konsep sederhananya pemilik produk atau toko memberikan komisi atau bagi hasil kepada orang yang menghasilkan penjualan dari mempromosikan produk toko tersebut. Mereka yang mempromosikan produk melalui media sosial seperti Shopee dan Tiktok dinamakan affiliator. Konsep ini semakin populer dikalangan generasi milenial dan Gen Z karena kemudahan akses dan potensi penghasilan yang menjanjikan tanpa menggunakan modal yang besar (Fiquddin & Insiyah, 2025).

Affiliate marketing barangkali akan menjadi strategi pemasaran utama untuk *e-commerce* di masa depan karena semakin banyak pengiklan yang memperkenalkan program *affiliate*

marketing dan banyak juga affiliator baru yang memasuki pasar (Hamzah et al., 2023). Cara mempromosikan produk dari toko dapat dilakukan dengan membagikan link tautan produk secara langsung kepada calon pembeli atau bisa juga dilakukan dengan membuat konten baik secara *hardselling* maupun *softselling* dengan *caption* tertentu dengan ditautkan link pembelian produk yang di promosikan dalam video tersebut. Ketika ada konsumen yang mengklik dan melakukan pembelian terhadap produk yang sudah kita promosikan, maka kita akan mendapatkan komisi dari toko yang menjual produk tersebut dan jumlah komisi dari setiap produk dan toko nilainya berbeda-beda.

Disisi lain, generasi muda saat ini menghadapi tantangan dalam mewujudkan kemandirian ekonomi. Hal ini terjadi karena terbatasnya lapangan kerja formal, semakin meningkatnya persaingan kerja, dan perubahan tren ekonomi yang menuntut kemampuan seseorang dalam beradaptasi di era digital ini. Dari kondisi tersebut akhirnya mendorong munculnya minat terhadap *affiliate marketing* sebagai profesi yang lebih fleksibel, berbasis teknologi, dan memiliki potensi mendapatkan pendapatan secara berkelanjutan bahkan memungkinkan bisa dijadikan sebagai alternatif profesi yang menjanjikan di era sekarang ini. Ramai dan maraknya *affiliate* dikalangan generasi muda khususnya milenial dan Gen Z membawa dampak positif dalam perputaran ekonomi melalui transaksi jual beli yang dilakukan (Sunoto & Manurung, 2025). Hal ini tentunya dapat meningkatkan kemandirian ekonomi suatu individu karena *affiliate marketing* memberi peluang memperoleh pendapatan secara mandiri tanpa bergantung penuh terhadap pekerjaan formal. Melalui aktivitas ini promosi dan penjualan produk, seorang individu dapat memiliki sumber penghasilan, meningkatkan kemampuan mengolah keuangan, dan mengembangkan ketrampilan dalam kewirausahaan digital seperti pemasaran, pembuatan konten jualan melalui *affiliate*, dan monetisasi digital. Selain itu, apabila penghasilan dari *affiliate marketing* bersifat berkelanjutan, maka individu tersebut memiliki peluang yang lebih besar dalam memenuhi kebutuhannya tanpa ketergantungan dari penghasilan pekerjaan formal, dan dapat menciptakan stabilitas finansial secara mandiri.

Walaupun demikian, kesuksesan *affiliate marketing* sebagai profesi utama tidak terlepas dari berbagai macam tantangan seperti persaingan antar affiliator, perubahan algoritma platform, ketidakstabilan pendapatan, kompetensi dalam pembuatan konten, personal branding, dan strategi pemasaran digital yang akan digunakannya. Di samping itu, masih banyak anggapan bahwa *affiliate marketing* hanya sebatas aktivitas sampingan, sehingga perannya sebagai profesi utama dan bentuk salah satu kewirausahaan digital belum banyak dikaji secara mendalam. Penelitian terdahulu umumnya hanya berfokus pada *affiliate*

marketing sebagai strategi pemasaran atau peningkatan penjualan, sementara kajian yang melihat transformasi *affiliate* dari pekerjaan sampingan menjadi profesi utama dalam mendukung kemandirian ekonomi generasi muda masih terbatas. Sedangkan pemahaman mengenai pengalaman, motivasi, peluang, tantangan, dan strategi affiliator penting untuk melihat sejauh mana *affiliate marketing* dapat menjadi pilihan profesi yang berkelanjutan.

Berdasarkan dari kondisi tersebut, maka penelitian ini akan dilakukan untuk mengkaji peran *affiliate marketing* sebagai profesi utama dalam mewujudkan kemandirian ekonomi generasi muda dan memahami bagaimana aktivitas ini berkembang dari pekerjaan sampingan menjadi profesi utama dalam ekosistem bisnis digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan model profesi digital dan kewirausahaan berbasis ekonomi digital.

2. Kajian Teori

2.1 Affiliate marketing

Affiliate marketing adalah salah satu bentuk pemasaran digital yang memungkinkan individu memperoleh komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan melalui tautan afiliasi yang dibagikan. Selain itu, *affiliate marketing* juga bisa disebut sebagai suatu metode pemasaran atau bisnis yang mana seseorang yang bertugas sebagai *affiliate* akan mendapatkan komisi setelah berhasil mempromosikan produk dari merchant atau si pedagang. Dalam hal ini affiliator berperan sebagai pihak yang mempromosikan produk atau jasa kepada calon pembeli melalui berbagai macam platform seperti Tiktok dan Shopee (Siti Alvi Solikhatin et al., 2023). *Affiliate marketing* merupakan model pemasaran berbasis komisi yang memberikan kesempatan individu untuk memperoleh pendapatan tanpa harus memiliki produk sendiri sehingga affiliator mendapatkan keuntungan berdasarkan jumlah penjualan yang berhasil dihasilkan melalui tautan afiliasi yang digunakan (Novi Puspa Nurdin et al., 2025).

Affiliate marketing menjadi salah satu strategi pemasaran yang efektif karena mampu menghubungkan perusahaan dengan konsumen melalui perantara digital yang memiliki pengaruh terhadap audiensnya (Hamzah et al., 2023). Dengan berkembangnya media sosial dan *e-commerce*, *affiliate marketing* tidak hanya dimanfaatkan sebagai alat pemasaran melainkan juga sebagai sumber pendapatan tambahan bagi masyarakat.

2.2 Kemandirian Ekonomi

Kemandirian ekonomi adalah kemampuan individu untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya melalui sumber pendapatan yang dimiliki tanpa bergantung kepada pihak lain. Kemandirian ekonomi juga mencerminkan kemampuan seseorang dalam mengelola sumber daya keuangan, mengambil keputusan ekonomi, dan menjaga keberlanjutan pendapatan secara stabil. Aktivitas *affiliate marketing* mampu memberikan tambahan pendapatan bagi generasi muda sehingga dapat mendukung peningkatan kondisi ekonomi suatu individu (Sunoto & Manurung, 2025). Pendapatan yang diperoleh tersebut dapat membantu seseorang dalam memenuhi segala kebutuhan sehari-hari dan mengurangi ketergantungan terhadap sumber pendapatan utama. Meskipun demikian, tingkat kemandirian ekonomi seseorang tidak hanya ditentukan oleh adanya pendapatan tambahan, namun ditentukan juga oleh kemampuan dalam mempertahankan dan mengembangkan sumber penghasilan tersebut secara stabil dan berkelanjutan.

2.3 Ekonomi Digital

Ekonomi digital merupakan sistem ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital dan internet dalam proses produksi, distribusi, pemasaran, dan transaksi barang maupun jasa. Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan berbagai peluang usaha baru yang dapat diakses oleh masyarakat dengan modal yang relatif rendah. Menurut *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD), ekonomi digital adalah “sistem ekonomi yang berbasis pada teknologi digital, termasuk infrastruktur, perangkat keras, perangkat lunak, dan aplikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi ekonomi.” Dalam konteks yang lebih luas, Bank Dunia menjelaskan bahwa ekonomi digital sebagai “transformasi kegiatan ekonomi yang dipicu oleh adopsi teknologi digital, mencakup perdagangan, jasa, dan manufaktur yang semuanya terhubung melalui jaringan teknologi.” Dari penjelasan ini menandai pergeseran dari cara konvensional dalam menjalankan bisnis menuju pendekatan yang lebih terintegrasi dan berbasis data (Muhammad Zais M. Samiun et al., 2025).

Perkembangan platform digital seperti Tiktok telah membuka peluang ekonomi baru melalui program *affiliate* yang memungkinkan masyarakat memperoleh penghasilan tambahan dari kegiatan promosi produk secara daring. Kehadiran teknologi digital ini menjadikan proses pemasaran lebih mudah, cepat, dan dapat menjangkau konsumen dengan lebih luas (Fiquddin & Insiyah, 2025).

2.4 Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Tangga Milenial

Pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga khususnya generasi milenial merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan kemampuan perempuan dalam memperoleh pendapatan, mengembangkan ketrampilan, dan berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Di era digital ini, pemberdayaan ekonomi tidak hanya sebatas pada kegiatan konvensional, melainkan dapat juga dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital.

Program *affiliate* Tiktok dapat memberikan peluang bagi masyarakat, termasuk perempuan dan ibu rumah tangga milenial untuk mendapatkan penghasilan tambahan melalui media sosial. Kegiatan ini dapat dilakukan secara fleksibel dari rumah sehingga tidak mengganggu perannya sebagai ibu rumah tangga (Haryani et al., 2024).

Selain memberikan manfaat ekonomi, *affiliate marketing* yang dilakukan oleh ibu rumah tangga milenial juga dapat meningkatkan literasi digital, kemampuan pemasaran, kreativitas dalam pembuatan konten, dan kemampuan dalam menggunakan teknologi sebagai sarana produktif yang menghasilkan benefit dalam menunjang kemandirian ekonomi. Maka dari itu, kegiatan *affiliate marketing* dapat menjadi salah satu bentuk pemberdayaan ekonomi yang relevan bagi ibu rumah tangga milenial di era ekonomi digital (Haryani et al., 2024).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode ini digunakan untuk menggali secara mendalam tentang pengalaman, persepsi, motivasi, dan strategi yang digunakan para pelaku *affiliate marketing* dalam menjadikan profesi ini sebagai profesi utama dalam mencapai kemandirian ekonomi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara secara mendalam, observasi non partisipatif terhadap aktivitas promosi atau praktik *affiliate marketing* di platform digital dan studi literatur dari jurnal, buku, dan laporan terkait *affiliate marketing* dan ekonomi digital.

Sedangkan untuk metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kualitatif fenomenologis yang mana penelitian berfokus memahami pengalaman hidup dan makna yang dirasakan pelaku *affiliate marketing* dalam menjadikan aktivitas tersebut sebagai profesi. Tahapan metodologi ini terdiri dari tahap persiapan, tahap pengumpulan data, tahap analisis data, tahap validasi data, dan tahap penarikan kesimpulan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Peran *Affiliate marketing* dalam Meningkatkan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Milenial

Berdasarkan hasil wawancara dengan 10 responden ibu rumah tangga di kelurahan Tajur, Ciledug, *affiliate marketing* memberikan kontribusi yang positif terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga. Semua responden mengaku memperoleh tambahan penghasilan dari komisi penjualan produk yang dipromosikan melalui platform digital seperti Tiktok dan Shopee. Pendapatan yang diperoleh juga bervariasi antara Rp 300.000 sampai dengan Rp 5.000.000 per bulan tergantung tingkat aktivitas promosi, konsistensi upload konten, jumlah pengikut, dan tingkat konversi penjualan. Dari 10 informan ibu rumah tangga ini dikategorikan menjadi 3, yaitu kategori pemula, menengah, dan berpengalaman dengan semua anggotanya adalah generasi milenial dengan rentang umur antara 30 sampai 40 tahun. Berikut merupakan data yang didapatkan dari wawancara 10 ibu rumah tangga di kelurahan Tajur, Ciledug.

Tabel 1. Karakteristik dan Pendapatan Rata-Rata *Affiliator*.

Usia	Kategori	Rentang Waktu	Penghasilan Rata-Rata Perbulan
30	Pemula	6 Bulan	Rp. 300.000 - Rp 1.000.000
31	Pemula	6 Bulan	Rp. 300.000 - Rp 1.000.000
32	Menengah	1-2 Tahun	Rp. 1.000.000 - Rp 2.500.000
32	Menengah	1-2 Tahun	Rp. 1.000.000 - Rp 2.500.000
34	Menengah	1-2 Tahun	Rp. 1.000.000 - Rp 2.500.000
36	Bepengalaman	Diatas 2 tahun	Rp. 2.500.000 - Rp 5.000.000
36	Bepengalaman	Diatas 2 tahun	Rp. 2.500.000 - Rp 5.000.000
38	Pemula	6 Bulan	Rp. 300.000 - Rp 1.000.000
40	Menengah	1-2 Tahun	Rp. 1.000.000 - Rp 2.500.000
40	Menengah	1-2 Tahun	Rp. 1.000.000 - Rp 2.500.000

Sumber: Data Peneliti Yang Diolah

Bagi responden, pendapatan tersebut digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari, membeli kebutuhan diri sendiri dan anak, serta menambah tabungan keluarga. Temuan ini menunjukkan bahwa *affiliate marketing* dapat menjadi salah satu alternatif sumber pendapatan yang mudah diakses oleh ibu rumah tangga milenial karena tidak membutuhkan modal besar dan dapat dilakukan dari rumah dengan waktu yang fleksibel. Hasil penelitian ini sejalan dengan Hamzah et al. (2023) yang menyatakan bahwa *affiliate marketing* mampu meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital dan media sosial sebagai sarana pemasaran. Temuan ini juga sejalan dengan Haryani et al. (2024) yang

menunjukkan bahwa program *affiliate* Tiktok memberikan peluang pemasukan tambahan yang fleksibel bagi masyarakat, termasuk ibu rumah tangga.

Akan tetapi, perbedaan penelitian ini dengan studi jurnal sebelumnya terletak pada subjek dan konteks sosialnya. Jika penelitian terdahulu banyak menyoroti tentang *affiliate marketing* secara umum atau pada kelompok remaja dan pelaku UMKM, pada penelitian ini secara khusus menunjukkan bagaimana ibu rumah tangga milenial memanfaatkan *affiliate marketing* sebagai salah satu pekerjaan yang bisa dikerjakan secara fleksibel tanpa meninggalkan perannya dalam rumah tangga.

4.2 Motivasi Ibu Rumah Tangga Milenial Mengikuti Program *Affiliate Marketing*

Selain aspek pendapatan, temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama ibu rumah tangga milenial di kelurahan Tajur, Ciledug dapat dikategorikan menjadi 3 bagian sebagai berikut:

Tabel 2. Motivasi Ibu Rumah Tangga Menjadi Affiliator.

Motivasi	Jumlah Informan	Pernyataan
Faktor Ekonomi	5	Saya butuh penghasilan tambahan yang bisa dikerjakan secara fleksibel
Produktivitas Media Sosial	3	Daripada hanya menjadi penonton hanya scroll, lebih baik mencoba untuk membuat konten siapa tahu menghasilkan
Mengikuti Perkembangan Tren	2	Iseng – iseng mencoba mengikuti tren, jika menghasilkan lanjut, jika tidak stop

Sumber: Data Yang Diolah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama responden dalam mengikuti *affiliate marketing* adalah untuk mendapatkan penghasilan tambahan yang dapat dikerjakan secara fleksibel tanpa harus meninggalkan peran sebagai ibu rumah tangga. Fleksibilitas waktu menjadi alasan yang paling banyak disampaikan oleh informan.

Selain faktor ekonomi, beberapa responden juga mengungkapkan bahwa mereka tertarik menjadi affiliator karena mengikuti perkembangan tren ingin coba-coba dan ingin menjadikan media sosialnya menjadi lebih produktif. Hasil penelitian ini berkaitan erat dengan teori

pemberdayaan ekonomi perempuan, yang menekankan bahwa keterlibatan perempuan dalam aktivitas ekonomi tidak semata-mata bertujuan menambah pendapatan saja, tetapi juga meningkatkan kapasitas, rasa percaya diri, dan partisipasi dalam pengambilan keputusan ekonomi keluarga (Ana Kuswanti, 2024). Kemudahan dalam pendaftaran dan tidak ada kewajiban menyediakan stok barang menjadi faktor pendorong partisipasi responden dalam program *affiliate* ini. Temuan dari sejalan dengan penelitian Sunoto & Manurung (2025) yang menyatakan bahwa *affiliate marketing* menjadi pilihan menarik karena memberikan peluang memperoleh pendapatan dengan risiko dan modal yang relatif rendah.

4.3 Peluang Affiliate marketing Sebagai Sumber Pendapatan

Affiliate marketing memiliki peluang yang cukup besar untuk menghasilkan pendapatan tambahan karena didukung oleh meningkatnya penggunaan media sosial dan platform *e-commerce* di Indonesia. Responden menilai bahwa permintaan terhadap konten ulasan produk terus meningkat sehingga membuka kesempatan memperoleh komisi dari aktivitas promosi yang dilakukan. Selain itu dengan adanya fitur *affiliate* pada platform seperti TikTok dan Shopee juga memberikan kemudahan bagi pengguna untuk memasarkan produknya tanpa harus memiliki barang sendiri, bahkan mereka bisa mempromosikan barang yang sudah dimiliki secara pribadi yang masih terlihat baik untuk dijadikan sebuah konten promosi. Dengan adanya kondisi tersebut memungkinkan ibu rumah tangga untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan *affiliate marketing* dengan keterbatasan modal dan waktu.

Temuan dari hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *affiliate marketing* merupakan bentuk konkret dari ekonomi digital, yang mana teknologi tidak hanya memfasilitasi transaksi, namun juga dapat menciptakan peluang kerja baru berbasis konten, jejaring sosial, dan komisi digital. Dalam teori ekonomi digital, kemudahan akses platform, rendahnya hambatan pendaftaran, dan fleksibilitas waktu menjadi faktor yang menjadikan *affiliate marketing* menarik bagi kelompok non formal seperti ibu rumah tangga. Penelitian ini mendukung (Haryani et al., 2024) yang menyatakan bahwa *affiliate marketing* TikTok dapat menjadi sarana peningkatan pendapatan karena mudah dijalankan dan dekat dengan penggunaan media sosial sehari-hari. Namun, temuan ini menambahkan dimensi baru bahwa peluang *affiliate marketing* tidak hanya terletak pada sistem komisi, tetapi juga pada kemampuan ibu rumah tangga dalam membagi waktu antara peran utama dengan aktivitas *affiliate* dan pengalaman konsumsi sehari-hari menjadi konten promosi yang bernilai ekonomi.

4.4 Tantangan Yang Dihadapi Affiliator

Meskipun memiliki peluang yang sangat besar, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh ibu rumah tangga milenial di kelurahan Tajur, Ciledug dalam menjalankan *affiliate marketing*. Berikut merupakan tantangan yang dihadapi oleh ibu rumah tangga milenial di kelurahan Tajur, Ciledug:

Tabel 3. Tantangan Ibu Rumah Tangga Menjadi Affiliator.

Tantangan	Jumlah Informan	Pernyataan
Tingkat Persaingan Antar Affiliator	3	Sekarang banyak muncul para affiliator baru jadi bertambah banyak persaingannya.
Konsistensi Dalam Membuat Konten	5	Susah membagi waktu dan konsisten dalam membuat dan upload konten <i>affiliate</i> .
Perubahan Algoritma Platform	2	Algoritmanya sering berubah jadi harus sering explore strategi baru.

Sumber: Data Yang Diolah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama yang sering ditemukan affiliator ibu rumah tangga adalah tingginya tingkat persaingan antar affiliator, perubahan algoritma platform yang bisa terjadi sewaktu-waktu, keterbatasan waktu dalam membuat konten dan tidak konsisten dalam upload konten sehingga berimbas pada rendahnya tingkat konversi penjualan. Hampir semua responden mengaku mengalami kesulitan mempertahankan konsistensi dalam membuat konten karena harus membagi waktunya antara tugas ibu rumah tangga dengan aktifitas *affiliate marketing*. Selain itu, perubahan algoritma sering kali menyebabkan penurunan jangkauan konten yang berdampak langsung pada omset penjualan yang dipromosikan dan komisi yang diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian Fiquddin & Insiyah (2025) yang menjelaskan bahwa keberhasilan *affiliate marketing* sangat dipengaruhi oleh kemampuan adaptasi terhadap perubahan teknologi dan strategi pemasaran digital.

4.5 *Affiliate marketing* Dan Kemandirian Ekonomi Ibu Rumah Tangga Milenial

Hasil penelitian berdasarkan wawancara dengan 10 responden menyatakan bahwa *affiliate marketing* belum sepenuhnya mampu untuk mewujudkan kemandirian ekonomi bagi sebagian besar ibu rumah tangga milenial di Kelurahan Tajur, Ciledug. Meskipun memberikan tambahan

penghasilan, semua responden masih memperoleh penghasilan di bawah Upah Minimum Kota (UMK) yang berlaku sehingga belum dapat menjadikan *affiliate marketing* sebagai profesi utama. Semua informan masih menganggap bahwa saat ini *affiliate marketing* hanya sebagai pekerjaan sampingan yang berfungsi untuk membantu perekonomian keluarga. Pendapatan yang diperoleh juga belum cukup stabil, bisa berubah-ubah setiap bulannya sehingga belum mampu untuk dijadikan sebagai sumber penghasilan utama karena dipengaruhi oleh jumlah penjualan yang dihasilkan, performa konten, dan kondisi pasar digital yang berubah-ubah.

Hasil penelitian ini memiliki sisi persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Sisi persamaanya terletak pada aktivitas *affiliate marketing* yang mampu memberikan tambahan pendapatan dan membuka peluang ekonomi bagi masyarakat (Haryani et al., 2024). Namun, penelitian ini juga menunjukkan perbedaan penting yaitu terletak pada konteks ibu rumah tangga milenial di Kelurahan Tajur, Ciledug dan *affiliate marketing* belum mampu untuk dikatakan sebagai profesi utama karena pendapatan masih rendah dan tidak stabil. Dengan kata lain, jika penelitian terdahulu cenderung menekankan potensi *affiliate marketing* sebagai sarana peningkatan ekonomi, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih realistis bahwa potensi tersebut masih bisa terwujud namun dibatasi oleh kemampuan menggunakan media digital, keterbatasan waktu, dan perubahan algoritma platform.

Dampak dari temuan penelitian ini adalah perlunya memposisikan *affiliate marketing* dalam kerangka kemandirian ekonomi secara bertahap, yaitu sebagai tahap awal pemberdayaan ekonomi digital, bukan langsung otomatis sebagai bentuk profesi utama, sehingga program pemberdayaan ibu rumah tangga berbasis digital perlu diarahkan tidak hanya dari perekrutan *affiliator*, tetapi juga pada peningkatan kualitas konten, penguatan *personal branding*, pelatihan strategi promosi, serta literasi keuangan agar pendapatan yang diperoleh dapat dikelola dan ditingkatkan secara berkelanjutan.

Dengan demikian, *affiliate marketing* memiliki peran yang sangat penting dalam memperkuat ekonomi keluarga dan meningkatkan literasi digital khususnya ibu rumah tangga milenial, tetapi masih belum mampu sepenuhnya untuk mewujudkan kemandirian ekonomi. Untuk dapat berkembang menjadi profesi utama, diperlukan peningkatan ketrampilan digital, konsistensi dalam membuat konten, strategi pemasaran yang lebih efektif, serta dukungan dari ekosistem digital yang lebih kondusif.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *affiliate marketing* memiliki peran yang sangat baik dalam meningkatkan penghasilan tambahan dan literasi digital ibu rumah tangga milenial di kelurahan Tajur, Ciledug. Melalui platform digital seperti Tiktok dan Shopee, para responden mampu menghasilkan pendapatan tambahan yang digunakan untuk membantu dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga seperti kebutuhan sehari-hari, kebutuhan anak, dan mendukung perekonomian keluarga. Kemudahan akses, fleksibilitas waktu, dan minimnya modal menjadi faktor utama yang mendorong ibu rumah tangga untuk ikut terlibat dalam kegiatan *affiliate marketing* ini.

Motivasi yang paling besar dari responden dalam mengikuti program *affiliate marketing* adalah faktor ekonomi yang membutuhkan adanya penghasilan tambahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kemudian keinginan untuk memanfaatkan media sosial dengan lebih produktif dan ketertarikan terhadap perkembangan tren bisnis digital membuat ibu rumah tangga milenial sebagai affiiator termotivasi. Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat tantangan yang dihadapi, diantaranya adalah semakin banyaknya affiiator baru sehingga membuat persaingan semakin ketat diantara para affiiator. Kemudian adanya perubahan algoritma platform yang tidak terduga membuat para affiiator harus selalu beradaptasi dalam strategi pemasaran kontennya. Serta sulitnya menjaga konsistensi dalam pembuatan konten karena harus membagi waktu antara tugas ibu rumah tangga dengan aktivitas *affiliate marketing*.

Walaupun memberikan manfaat ekonomi, hasil penelitian menunjukkan bahwa *affiliate marketing* di kelurahan Tajur, Ciledug belum mampu mewujudkan kemandirian ekonomi secara penuh bagi sebagian besar ibu rumah tangga milenial. Pendapatan yang diperoleh masih berada dibawah Upah Minimum Kota (UMK) dan cenderung belum stabil sehingga belum bisa dijadikan sebagai profesi utama. Oleh karena itu, *affiliate marketing* saat ini lebih berperan sebagai pekerjaan sampingan yang membantu meningkatkan perekonomian keluarga daripada sebagai sumber penghasilan utama.

Dengan demikian, *affiliate marketing* memiliki potensi besar untuk terus berkembang menjadi profesi yang lebih menjanjikan apabila didukung oleh peningkatan ketrampilan digital, konsistensi dalam pembuatan konten, strategi pemasaran yang efektif, peningkatan komisi platform, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan algoritma dan perkembangan teknologi yang ada.

Daftar Pustaka

- Ana Kuswanti. (2024). *Pemberdayaan Perempuan dalam Mewujudkan Kemandirian Ekonomi* (Radita Gora Tayibnapis, Ed.). Deepublish.
- Fiquddin, M., & Insiyah, C. (2025). Tiktok Affiliate Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital. *Al-Tsiqoh : Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 10(1), 64–82. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v10i1.6906>
- Hamzah, M. W., Mulyana, A., & Faisal, Y. A. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui Affiliate Marketing dan Peningkatan Pendapatan Afiliator. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3241. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2635>
- Haryani, Sudirja, Wati Erawati, Sofian Wira Hadi, Muhammad Arief Rachman Hakeem, & Rafi Zuhud Agungsyah. (2024). Strategi Peningkatan Pendapatan Melalui Affiliate TikTok pada Remaja Karang Taruna RPTRA Mardani Asri. *Bogor Journal of Community Service*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/dharma.v1i1.9650>
- Muhammad Zais M.Samiun, Abdul Manap, Andriyo Risdwiyanto, Heri Setiyawan, Nur Khotijah, Soni Suardi, Mu'ah, Jacky Chin, Arfandy Dinsar, Muhammad Akbar Pribadi, Yuniariana Pertiwi, S. F., Tito Wira Eka Suryawijaya, Muhammad Hasyim Ashar, Reni Helvira, & Susi Melinasari. (2025). *Ekonomi Digital : Transformasi dan Inovasi di Era Teknologi* (Fitri Arianti Saputri & Fuad Ajrul Mukhdi, Eds.). PT. Nawala Gama Education.
- Novi Puspa Nurdin, Monica Nova, & Adinda Rizqi. (2025). Pengaruh Affiliate Terhadap Keberhasilan Penjualan Produk UMKM Di Marketplace. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. <https://doi.org/https://doi.org/10.53682/hr1t0c36>
- Siti Alvi Solikhatin, Dewi Kartika Putri, Nur Aziz Setiawan, Sabita Salsabila, & Dani Arifudin. (2023). *PENGANTAR DIGITAL MARKETING* (Vol. 1). Zahira Media Publisher.
- Sunoto, & Manurung, N. T. (2025). PERAN PROGRAM AFFILIATE DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN SAMPINGAN GENERASI MUDA DI ERA DIGITAL. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 3(02), 53–61. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v3i02.647>