



ANALISIS PERAN MAHASISWA MANAJEMEN SEBAGAI *FREELANCER AFFILIATE MARKETING* DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN EKONOMI DI ERA DIGITAL (STUDI KASUS: MAHASISWA BARU MANAJEMEN UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA)

ANALYSIS OF THE ROLE OF MANAGEMENT STUDENTS AS AFFILIATE MARKETING FREELANCERS IN INCREASING ECONOMIC INCOME IN THE DIGITAL ERA (CASE STUDY: FRESH MANAGEMENT STUDENTS OF SULTAN AGENG TIRTAYASA UNIVERSITY)

**Vera Maria¹, Seftiara Rahmadina², Tamam Mubarok³, Sutan Aliyatar Puspa⁴,
Dita Maelani⁵**

Program Studi Manajemen, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

Email Korespondensi: vera.maria@untirta.ac.id

Article Info**Article history :**

Received : 12-11-2025

Revised : 14-11-2025

Accepted : 16-11-2025

Pulished : 18-11-2025

Abstract

This study discusses the profiles of two teenagers actively engaged in freelance work in the digital era, namely Nuraini Shinta and Artati Rahmawati. Nuraini started working at the age of 15, offering services such as school assignment assistance, poster and PowerPoint creation, video editing, paper writing, and selling premium applications, continuing until she was 17. Meanwhile, Artati also began at the age of 15 in 2021 through the Telegram platform, providing moodboard creation services, selling Nitroseen, and gaining experience by joining a moodboard agency. From these profiles, it is evident that freelance activities not only provide additional income but also help develop creativity, digital skills, and online management abilities from a young age.

Keywords: *Freelance; Teen Entrepreneurship; Digital Skills*

Abstrak

Penelitian ini membahas profil dua remaja yang aktif menjalani pekerjaan freelance di era digital, yaitu Nuraini Shinta dan Artati Rahmawati. Nuraini mulai bekerja sejak usia 15 tahun dengan layanan seperti joki tugas sekolah, pembuatan poster, PowerPoint, editing video, penulisan makalah, dan penjualan aplikasi premium, hingga berlanjut sampai usia 17 tahun. Sementara itu, Artati juga mulai pada usia 15 tahun di tahun 2021 melalui platform Telegram dengan layanan pembuatan moodboard, penjualan nitroseen, serta pengalaman bergabung dalam agensi moodboard. Dari kedua profil ini terlihat bahwa aktivitas freelance tidak hanya memberikan penghasilan tambahan, tetapi juga berperan dalam melatih kreativitas, keterampilan digital, dan kemampuan manajemen online sejak usia muda.

Kata kunci: *Pekerjaan Lepas; Kewirausahaan Remaja; Keterampilan Digital.*

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan besar pada cara orang mencari penghasilan. Remaja dan mahasiswa, sebagai generasi yang dekat dengan teknologi, memiliki peluang besar untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana penghasilan. Aktivitas freelance di berbagai platform digital bukan hanya memberi peluang tambahan pendapatan, tetapi juga melatih keterampilan manajemen, kreativitas, dan pemasaran digital.



Salah satu bidang yang berkembang adalah affiliate marketing, yaitu metode pemasaran produk atau jasa melalui pihak ketiga (affiliate) yang mempromosikan produk dan memperoleh komisi dari setiap penjualan yang berhasil (Patel, 2020). Di Indonesia, khususnya di kawasan Banten, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa menjadi wadah bagi mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan tersebut. Penelitian sebelumnya mengambil studi kasus mahasiswa baru Manajemen yang menjalankan pekerjaan freelance digital marketing dengan fokus pada pengalaman Nuraini Shinta.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti pengalaman *Artati Rahmawati, seorang remaja yang sejak usia 15 tahun mulai aktif bekerja *freelance di platform Telegram pada tahun 2021. Jenis layanan yang ditawarkan meliputi pembuatan moodboard sesuai permintaan pelanggan, penjualan nitroseen melalui sistem koin bot, serta pengalaman bergabung dalam agensi moodboard. Profil Artati dipilih untuk memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana remaja memanfaatkan teknologi digital sebagai sumber penghasilan sekaligus sarana pengembangan keterampilan.

Dengan demikian, penelitian ini membandingkan dua profil, yakni Nuraini Shinta dan Artati Rahmawati, sebagai representasi tren freelance di kalangan remaja dan mahasiswa. Keduanya menunjukkan bahwa pekerjaan berbasis digital dapat menjadi alternatif sumber penghasilan sekaligus wadah pembelajaran praktis di era ekonomi kreatif.

KAJIAN TEORITIS

Bagian Affiliate Marketing merupakan salah satu model pemasaran digital di mana seorang marketer (affiliate) mempromosikan produk atau layanan dari perusahaan dan mendapatkan komisi berdasarkan hasil penjualan atau leads yang dihasilkan melalui link afiliasi mereka. (Amalia & Putra, 2023).

Total pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 202,6 juta jiwa dengan sekitar 170 juta pengguna aktif media sosial, yang memberikan peluang besar untuk pengembangan affiliate marketing. Hal ini memungkinkan mahasiswa memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan ekonomi dengan memanfaatkan platform digital tanpa harus terikat waktu dan tempat (Santoso et al., 2022).

Kegiatan ini selain menghasilkan pendapatan ekonomis juga meningkatkan kemampuan soft skills dalam pemasaran digital dan manajemen waktu (Becker, 1993 dalam Putri & Hasan, 2021). Menurut teori Human Capital, keterampilan yang dimiliki mahasiswa dalam pemasaran digital seperti affiliate marketing merupakan investasi yang dapat meningkatkan nilai ekonomi individu di masa depan" (Becker, 1993 dalam Putri & Hasan, 2021).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan pendekatan kualitatif. Pemilihan metode ini didasarkan pada topik yang dibahas, yaitu peran freelancer atau affiliator dalam pemasaran digital, yang telah banyak dikaji dalam penelitian sebelumnya sehingga memungkinkan analisis mendalam melalui penelusuran pustaka yang relevan. Proses penelitian diawali dengan pengumpulan bahan literatur berupa jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan sumber daring terpercaya yang berhubungan dengan pemasaran afiliasi, ekonomi digital, serta pekerja



lepas. Selain itu, pendekatan kualitatif juga dilengkapi dengan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data pendukung yang dapat memperkaya hasil kajian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan hasil temuan penelitian serta pembahasan yang diperoleh dari analisis data dan kajian literatur. Uraian berikut membahas bagaimana kegiatan freelance dan pemasaran afiliasi dijalankan oleh subjek penelitian, serta kaitannya dengan peningkatan pendapatan ekonomi di era digital. Setiap pembahasan disusun berdasarkan teori yang relevan dan pengalaman nyata yang dialami oleh Artati Rahmawati dan Nuraini Shinta sebagai freelancer.

1. Pengaruh Internet terhadap Aktivitas Freelance

Widodo (2019) menunjukkan bahwa internet memudahkan pekerja lepas untuk berkomunikasi, mempromosikan jasa, dan melakukan transaksi tanpa batasan jarak. Dalam kasus **Artati Rahmawati** dan **Nuraini Shinta**, internet menjadi sarana utama mereka menawarkan layanan *freelance*. Artati memanfaatkan Telegram untuk pembuatan *moodboard* dan penjualan *nitroseen*, sedangkan Nuraini menggunakan platform digital untuk jasa pembuatan tugas, poster, video, presentasi, dan penjualan aplikasi. Kedua remaja ini menunjukkan kemampuan fleksibilitas dan manajemen pekerjaan yang baik, sejalan dengan temuan literatur.

2. Affiliate Marketing dan Kepercayaan

Zahran Abrar dkk. (2024) menekankan pentingnya konten yang jujur dan transparan untuk membangun kepercayaan pelanggan. Artati menjaga kualitas setiap *moodboard* sesuai permintaan pelanggan, sementara Nuraini memastikan produk digital dan akademik yang dijual memuaskan klien. Hal ini menunjukkan bahwa prinsip kejujuran dan kualitas yang dianjurkan literatur diterapkan langsung dalam praktik kedua remaja.

3. Interaksi Real Time dan Keputusan Pelanggan

Dewi & Munawaroh (2025) menemukan bahwa interaksi real time, misalnya live streaming, meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Meskipun Artati dan Nuraini tidak menggunakan live streaming, mereka tetap melakukan komunikasi langsung dengan klien melalui platform masing-masing, memberikan respons cepat terhadap permintaan atau revisi. Cara ini menimbulkan rasa percaya dan kepuasan pelanggan, sejalan dengan temuan literatur.

4. Peran Aktif dalam Mendorong Minat Pelanggan

Fauza Husna (2022) menyebut pentingnya peran affiliator dalam menyebarkan informasi produk dan meningkatkan minat beli. Aktivitas Artati dan Nuraini menunjukkan perilaku serupa: aktif mempromosikan layanan melalui platform digital, menyesuaikan produk dengan kebutuhan pelanggan, dan menjaga kualitas layanan. Hasilnya, klien tetap loyal dan transaksi berjalan lancar.

5. Implikasi untuk Keterampilan dan Ekonomi Digital

Pengalaman Artati dan Nuraini menunjukkan bahwa pekerjaan *freelance* berbasis digital tidak hanya memberi penghasilan tambahan, tetapi juga membentuk keterampilan praktis seperti manajemen proyek, komunikasi, kreativitas, dan pemasaran digital. Fenomena ini mendukung



literatur yang menyebutkan bahwa internet dan platform digital menciptakan peluang ekonomi baru sekaligus memperkuat keterampilan generasi muda.

Secara umum, hasil kajian menunjukkan bahwa kehadiran internet dan pemasaran digital telah mengubah cara orang bekerja sekaligus cara perusahaan memasarkan produk. Freelancer dan affiliate bukan hanya pelaku pemasaran, tetapi juga bagian penting dalam ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini, terlihat sekali bahwa kerja freelance dan affiliate marketing itu benar-benar bisa membantu menambah penghasilan anak muda, mahasiswa khususnya. Contohnya dari kasus Nuraini Shinta dan Artati Rahmawati, mereka bisa mendapatkan uang dari kerja digital seperti membuat moodboard, menjual aplikasi premium, sampai jasa kreatif lainnya. Tetapi bukan hanya soal uang, kerjaan seperti ini juga membuat mereka belajar mengenai banyak hal, dimulai dari mengelola waktu, berkomunikasi dengan orang, sampai bagaimana caranya mengikuti perkembangan teknologi agar tetap relevan.

Jika dilihat dari teori pemasaran digital, hal ini masih sejalan, karena dijelaskan pentingnya kreativitas, kepercayaan, dan interaksi langsung untuk membuat pelanggan nyaman. Artinya, kerja-kerja digital seperti ini bukan hanya sekadar trend, tetapi sudah menjadi bagian dari ekonomi kreatif yang sangat potensial. Maka dari itu, pemerintah dan kampus dianjurkan untuk memberi pelatihan tentang wirausaha digital, akses teknologi yang mudah, dan wadah untuk kolaborasi agar anak muda bisa terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R., & Putra, A. (2023). Affiliate marketing sebagai model pemasaran digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 1(1), 10-20.
- Dewi, F. R., & Munawaroh. (2025). *Analisis peran affiliate marketing dan live streaming terhadap keputusan pembelian produk di Shopee*. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 147–158. <https://doi.org/10.61132/rimba.v3i1.1584>
- Husna, F. (2022). *Peran affiliator dalam menarik minat belanja konsumen*. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), 299–305.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Mustofa. (2018). *Pekerja lepas (freelancer) dalam dunia bisnis*. *Jurnal Mozaik*, 10(1), 19–23.
- Putri, D., & Hasan, M. (2021). Pengaruh kegiatan afiliasi terhadap peningkatan soft skills dan manajemen waktu. *Jurnal Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 3(2), 30-40. (Mengacu pada Becker, 1993).
- Santoso, B., (2022). Pemanfaatan platform digital dalam meningkatkan pendapatan mahasiswa. *Jurnal Teknologi dan Pendidikan*, 2(4), 45-58.
- Situmorang, J. R. (2010). *Viral marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 147–152.
- Sutandi, M., Fauzi, A., Caesar, L., Putri, N. N., Viola, D. S., Putri, O. R. I., & Abrar, Z. (2024). *Analisis peran affiliate marketing dalam membangun kepercayaan pelanggan: Literatur review jurnal*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Teknologi (JIMT)*, 5(3), 197–205. <https://doi.org/10.31933/jimt.v5i3>