

# **Implementasi Pelatihan Affiliator Market Place sebagai Instrumen Pengembangan Literasi Digital Lulusan**

**Ahmad Sofyan Alfi**

Perpustakaan Gisa Widya Pustaka, SMKN 1 Girimulyo  
Jalan Banyuganti, Sokomoyo, Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo,  
55674

e-mail: [ahmadsofyan826@gmail.com](mailto:ahmadsofyan826@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi digital telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia pendidikan. Namun, penggunaan gawai oleh peserta didik sering kali belum diarahkan pada aktivitas yang produktif dan edukatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan implementasi pelatihan affiliator marketplace sebagai instrumen pengembangan literasi digital lulusan di Perpustakaan Gisa Widya Pustaka SMKN 1 Girimulyo. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana implementasi pelatihan affiliator marketplace dalam meningkatkan literasi digital dan mendukung dimensi profil lulusan peserta didik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan kajian pustaka. Data dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2025 di SMKN 1 Girimulyo dengan objek penelitian berupa kegiatan workshop affiliate marketing yang diikuti peserta didik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan affil-

iator marketplace mampu meningkatkan kemampuan literasi digital peserta didik melalui penguasaan media sosial, pembuatan konten promosi digital, komunikasi digital, dan pemanfaatan marketplace secara produktif. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung penguatan delapan dimensi profil lulusan, yaitu keimanan, kewargaan, bernalar kritis, kreativitas, kolaborasi, kemandirian, kesehatan, dan komunikasi. Pelatihan affiliator marketplace dapat menjadi inovasi layanan perpustakaan sekolah yang relevan dengan kebutuhan generasi digital serta mampu mendukung pengembangan kompetensi peserta didik dalam menghadapi era ekonomi digital.

**Kata Kunci:** literasi digital, affiliate marketing, marketplace, profil lulusan

## A. PENDAHULUAN

Era digital merupakan bagian dari kemajuan teknologi informasi sehingga memberikan dampak untuk kehidupan manusia saat ini. Gawai seperti ponsel pintar dan tablet kini menjadi perangkat yang hampir selalu digunakan oleh siswa dalam aktivitas sehari-hari. Namun, penggunaan gawai yang tidak terarah seringkali menimbulkan permasalahan tersendiri. Hal yang sering terjadi adalah adanya kunjungan ke perpustakaan oleh siswa tetapi hanya memanfaatkan akses internet untuk hal yang kurang bermanfaat, seperti seperti bermain *game* secara berlebihan, mengakses media sosial tanpa tujuan edukatif, atau menonton konten hiburan yang tidak relevan dengan pembelajaran. Kondisi ini menyebabkan menurunnya fokus belajar, berkurangnya interaksi akademik, serta rendahnya kemampuan literasi digital dan tidak menunjukkan sebagai siswa yang memiliki 8 dimensi profil lulusan.

Dalam survei yang dilakukan Komisi Perlindungan Anak

---

---

Indonesia (KPAI) terhadap 25.164 subjek dengan rentang usia 10-18 tahun, terdapat 13.840 subjek (55%) yang bermain game online (Febeline & Celine, 2025). Selanjutnya remaja juga mengakses media sosial secara intensif rata-rata 4,2 jam per hari, tetapi minim literasi digital dan edukasi dari lingkungan keluarga maupun sekolah (Hardian et al., 2025) Technology, Engineering, Mathematics.

Dalam perkembangan selanjutnya yang terjadi di sekolah, seorang guru saat ini harus mengikuti perkembangan zaman dalam melakukan proses pembelajaran. Pemanfaatan teknologi sebagai media belajar merupakan hal yang mendukung literasi digital bagi siswa serta mendorong pembelajaran yang aktif (Sari Bonatua, Dipa, 2021).

Penelitian mengenai literasi digital sebelumnya banyak membahas pemanfaatan media digital dalam pembelajaran dan pengembangan keterampilan peserta didik. Fatimah dan Marnita (2023) menjelaskan bahwa literasi digital dapat meningkatkan kemampuan berpikir kritis peserta didik dalam proses pembelajaran. Isabella et al. (2023) juga menyatakan bahwa literasi digital berperan dalam membangun karakter masyarakat digital yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Sementara itu, penelitian mengenai *affiliate marketing* lebih banyak dikaji dalam konteks ekonomi digital dan pemasaran daring. Nugraha et al. (2024) menyebutkan bahwa *affiliate marketing* menjadi salah satu peluang kerja digital yang diminati generasi muda karena fleksibel dan berbasis media sosial.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, artikel ini menekankan pada implementasi pelatihan *affiliator marketplace* sebagai inovasi layanan perpustakaan sekolah yang tidak hanya berorientasi pada

---

keterampilan digital, tetapi juga mendukung penguatan dimensi profil lulusan peserta didik. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan pada integrasi literasi digital, layanan perpustakaan, dan pengembangan profil lulusan melalui pelatihan *affiliate marketing*.

Melihat fenomena tersebut, sekolah perlu menghadirkan solusi yang tepat untuk mengarahkan siswa dalam memanfaatkan gawai secara produktif. Salah satu upaya strategis adalah melalui **layanan literasi digital**, yaitu program pembinaan dan pelatihan yang membantu siswa memahami, menggunakan, dan mengolah informasi digital secara bijak. Perpustakaan Gisa Widya Pustaka Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Girimulyo hadir dengan memberikan layanan dengan tema *affiliate marketing* sebagai upaya pembentukan karakter dimensi profil lulusan. Konsentrasi keahlian atau jurusan yang ditawarkan oleh sekolah ini yaitu Akuntansi, Teknik Sepeda Motor dan Teknik Kendaraan Ringan.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. LITERASI DIGITAL**

Literasi didefinisikan sebagai seperangkat keterampilan dasar dalam membaca dan menulis. Literasi mencakup kemampuan untuk memecahkan masalah pada tingkat keahlian yang dibutuhkan dalam pekerjaan, keluarga, dan masyarakat. Sementara itu, literasi digital didefinisikan sebagai praktik berkomunikasi, menghubungkan, berpikir, dan berelasi dengan media digital.

Dalam ranah pendidikan di negara ini, kemampuan literasi digital memainkan fungsi penting dalam memperbaiki mutu pembelajaran, memperluas kesempatan untuk mendapatkan pendidikan, serta menyiapkan tenaga kerja yang handal untuk menghadapi zaman *society 5.0* (Pratama et al., 2025)

---

---

Literasi digital dapat menjadi solusi dalam proses belajar mengajar dengan memanfaatkan berbagai informasi digital untuk memecahkan permasalahan dalam pembelajaran (Fatimah & Marnita, 2023). Literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi digital untuk mengakses, mengelola, memahami, mengintegrasikan, mengkomunikasikan, mengevaluasi, dan menciptakan informasi secara aman dan tepat untuk tujuan pekerjaan, pekerjaan yang layak, dan kewirausahaan (Isabella et al., 2023)

Literasi digital membuka peluang besar bagi siswa untuk berkembang dalam berbagai bidang. Individu yang memiliki kecakapan digital dapat memanfaatkan teknologi untuk menciptakan peluang usaha, meningkatkan keterampilan, serta memperluas jaringan profesional. Dalam konteks ekonomi digital, kemampuan menggunakan platform marketplace, media sosial, hingga alat analitik menjadi keunggulan kompetitif. Dengan demikian, literasi digital bukan sekadar kemampuan teknis, tetapi juga fondasi untuk pemberdayaan ekonomi dan pengembangan diri.

## **2. KONSEP DAN JENIS MITRA PEMASARAN (*AFFILIATE MARKETING*)**

*Affiliate marketing* adalah sebuah model pemasaran di mana seseorang (disebut *affiliate* atau *mitra pemasaran*) mempromosikan produk atau layanan milik perusahaan, lalu mendapatkan **komisi** setiap kali ada orang yang membeli produk tersebut melalui *link* atau *kode referral* miliknya. Cara kerja afiliasi ini umum diadopsi di dunia maya, khususnya di toko daring yang mengandalkan promosi lewat jejaring sosial.

Afiliasi pemasaran merupakan jenis promosi yang masih tergolong baru dan semakin diminati dalam sektor *e-commerce*. Jenis pemasaran ini tampaknya memberikan peluang lebih besar untuk

---

keberhasilan yang berkelanjutan jika dibandingkan dengan metode pemasaran daring lainnya. Ini adalah semacam *platform* terbuka di mana pemasar digital berwawasan dapat mendapatkan penghasilan dengan bertindak sebagai perwakilan penjualan tanpa biaya untuk berbagai merek daring yang ada (Ekonomi & Pendapatan, 2023).

Ada berbagai macam model pemasaran afiliasi (*affiliate marketing*) yang sanggup memberikan cuan, contohnya :

1. Pemasaran Afiliasi Bebas (*Unattached Affiliate Marketing*) atau Bayar Per Klik (*Pay Per Klick*) merupakan salah satu metode pemasaran afiliasi yang memberi imbalan kepada para afiliator saat mereka berpromosi dengan menyebarkan tautan ke khalayak. Dengan metode ini, para afiliator tetap menerima komisi meskipun tidak terjadi penjualan atau transaksi lainnya. Para afiliator akan memperoleh penghasilan dari perusahaan penyelenggara program afiliasi. Namun, karena cara ini relatif mudah, imbalan yang diterima cenderung lebih kecil..
  2. *Related Affiliate Marketing (Paid To Click)*. Tak jauh berbeda dengan *Unattached Affiliate Marketing*, jenis *affiliate marketing* ini para *affiliator* nantinya akan diberikan komisi dari setiap tautan yang dibagikan. Jenis *affiliate marketing* ini biasanya akan memasarkan produk milik *marketer* pada *platform* yang ditargetkan dengan jumlah audiens tertentu. Seperti misalnya, platform YouTube, TikTok, Blog, Instagram, Twitter serta platform lain yang memiliki potensi audiens yang mumpuni.
  3. *Pay Per Sale Affiliate* berbeda dengan jenis sebelumnya, pada model ini *affiliator* hanya akan memperoleh komisi
-

jika berhasil mengarahkan konsumen hingga melakukan pembelian produk. Besaran komisi umumnya cukup tinggi, berkisar antara 30% hingga 70% dari setiap transaksi yang terjadi. Sistem ini mirip dengan konsep *reseller*, di mana kemampuan dalam mempromosikan produk serta komunikasi yang baik sangat diperlukan agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

4. *Cost Per Action Affiliate Program*, Pada jenis ini, *affiliator* akan mendapatkan komisi ketika audiens melakukan tindakan tertentu, tidak harus sampai pada tahap pembelian produk. Tindakan tersebut dapat berupa mendaftar, mengisi formulir, atau aktivitas lain yang ditentukan oleh penyedia program afiliasi. (Fauza Husna, 2023)

Tabel 1. Model Pemasaran Afiliasi

Aspek	Unattached (PPC)	Related (PTC)	Pay Per Sale (PPS)	Cost Per Action (CPA)
Hubungan dengan audiens	Tidak ada hubungan khusus	Ada (sesuai niche)	Biasanya ada&dibangun	Tidak wajib ada
Cara kerja	Sebar link, dibayar per klik	Sebar link ke audiens tertarget	Dibayar jika terjadi penjualan	Dibayar jika ada aksi tertentu
Syarat komisi	Klik link	Klik dari audiens	Produk harus terjual	Aksi (daftar, isi form, dll)
Tingkat kesulitan	Mudah	Sedang	Sulit	Mudah–Sedang
Besaran komisi	Kecil	Kecil–Sedang	Besar ( $\pm 30\%$ – $70\%$ )	Kecil–Sedang
Fokus utama	Traffic	Traffic tertarget	Penjualan	Aksi pengguna
Contoh	Sebar link random	Konten sesuai niche	Review sampai beli	Ajak daftar aplikasi
Cocok untuk	Pemula tanpa audiens	Content creator	Yang jago jualan	Pemula / traffic

Sumber: data diolah, 2026

Pemasaran afiliasi (*affiliate marketing*) melibatkan kolaborasi antara tiga entitas utama: pedagang (*merchant*), pemasar (*affiliate*), dan konsumen. Pertama, pedagang merupakan pengecer daring dalam ekosistem *e-commerce*. Kedua, pemasar atau jaringan afiliasi bertugas mempromosikan tautan khusus melalui media sosial seperti Facebook, YouTube, atau blog demi menghasilkan pendapatan sekaligus menjembatani penjual dengan pembeli. Ketiga, konsumen merupakan audiens media sosial yang berpotensi melakukan pembelian produk dari pemasar tersebut. (Nugraha et al., 2024).

### 3. PROMOSI KEGIATAN

Untuk mensukseskan program perpustakaan ini, pustakawan melakukan hal-hal berikut ini dalam promosi kegiatan.

- a. Mendesain poster digital menggunakan Canva atau AI design tools.
- b. Membuat daftar hadir, sertifikat dan banner acara kegiatan.
- c. Membuat *caption* promosi yang menarik (gunakan gaya bahasa ringan dan ajakan positif).
- d. Promosi melalui media daring, yaitu Instagram dan *WhatsApp* Grup kelas dan guru.
- e. Menyediakan google form untuk pendaftaran peserta.



Gambar 1. Poster Promosi Workshop

---

---

## C. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan mendeskripsikan implementasi pelatihan *affiliator marketplace* sebagai instrumen pengembangan literasi digital peserta didik. Penelitian dilaksanakan di Perpustakaan Gisa Widya Pustaka SMKN 1 Girimulyo pada tahun 2025. Objek penelitian adalah kegiatan workshop *affiliate marketing* yang diikuti oleh 50 peserta didik SMKN 1 Girimulyo dari berbagai konsentrasi keahlian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi terhadap pelaksanaan workshop, dokumentasi kegiatan, dan kajian pustaka dari jurnal, buku, serta artikel ilmiah yang relevan dengan literasi digital dan *affiliate marketing*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang relevan dengan fokus penelitian, sedangkan penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian deskriptif. Metode penyajian data menggunakan deskriptif naratif untuk menggambarkan proses implementasi pelatihan, hasil kegiatan, serta kontribusi pelatihan terhadap pengembangan literasi digital dan dimensi profil lulusan peserta didik.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. WORKSHOP FREELANCE AFFILIATOR MARKETPLACE

Pelatihan *affiliator marketplace* memberikan pengaruh positif terhadap literasi digital peserta didik, khususnya dalam meningkatkan kemampuan memanfaatkan media sosial secara produktif melalui pembuatan konten. Melalui pelatihan ini, siswa tidak hanya memahami konsep *affiliate marketing*, tetapi juga menguasai strategi untuk menjadi seorang *affiliator* yang sukses.

---

a. Materi Pengenalan Affiliate Marketing

Pemasaran afiliasi merupakan bentuk kerja sama bisnis antara produsen (*merchant*) dan pemasar (*affiliator*). Dalam sistem ini, *affiliator* bertugas mempromosikan produk atau layanan *merchant*, kemudian mendapatkan komisi dari setiap penjualan yang berhasil melalui promosi mereka. Cara kerjanya memanfaatkan tautan khusus atau kode referal (*referral code*) unik yang disebarakan melalui media sosial, blog, atau forum daring. Komisi tersebut akan dibayarkan berdasarkan jumlah penjualan, pendaftaran, atau tindakan lain yang berhasil dihasilkan oleh konsumen.

Bisnis daring merupakan istilah luas untuk seluruh aktivitas bisnis yang berjalan secara digital. Sementara itu, pemasaran afiliasi adalah model bisnis daring spesifik yang memungkinkan seseorang mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk atau layanan pihak lain tanpa perlu menyetok barang atau mengeluarkan modal besar. Perbedaan utama keduanya terletak pada kepemilikan produk, tanggung jawab operasional, dan model perolehan keuntungan.

Potensi penghasilan sebagai seorang *affiliator* pada dasarnya tidak terbatas dan sangat menjanjikan. Pendapatan yang diperoleh bisa dimulai dari sekadar penghasilan tambahan hingga mencapai ratusan juta rupiah per bulan, bergantung pada besarnya usaha, kreativitas, dan konsistensi siswa dalam melakukan promosi.

---

b. Materi Strategi Menjadi Affiliator Online Shop

Langkah awal dalam memulai bisnis ini adalah memilih platform toko daring (*online shop*) dan program afiliasi yang terpercaya. Hal tersebut dapat dinilai dengan mempertimbangkan reputasi platform, kesesuaian produk dengan audiens, struktur komisi, serta dukungan yang diberikan oleh merchant. Sebagai referensi, peserta dapat membandingkan program afiliasi dari beberapa *e-commerce* besar yang populer di Indonesia, seperti Shopee, Tokopedia, dan Blibli. Namun, untuk program workshop saat ini, fokus utama peserta akan diarahkan pada kemitraan melalui Shopee Affiliate.

Selain pemilihan platform, peserta juga dibekali teknik promosi efektif melalui media sosial, blog, dan marketplace; misalnya dengan membuat konten cerita (*story*) di media sosial yang menautkan produk pilihan. Seluruh aktivitas promosi tersebut harus berjalan selaras dengan etika digital dan tanggung jawab sebagai *affiliator*. Etika digital ini mencakup aspek kejujuran, transparansi, serta penghormatan terhadap hak cipta. Sementara itu, tanggung jawab utamanya adalah menyajikan informasi produk yang akurat, tidak menyesatkan, bersikap transparan mengenai kelebihan dan kekurangan produk, serta mematuhi hukum yang berlaku dalam transaksi jual beli daring.

---



Gambar 2. Kegiatan Workshop

## 2. PRAKTIK

Sebagai bentuk output dari kegiatan *workshop* ini, para peserta melakukan praktik registrasi untuk menjadi *affiliate* di platform Shopee Affiliate. Setelah pendaftaran berhasil, siswa mempraktikkan pembuatan konten promosi sederhana, baik berupa teks, gambar, maupun video. Dalam praktik ini, siswa memilih salah satu produk yang berada di dalam ruangan dan mendeskripsikannya secara menarik. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan simulasi membagikan tautan (*link*) afiliasi serta mempelajari cara memantau performa akun dan hasil penjualan langsung melalui aplikasi Shopee.

---



Gambar 3. Konten Promosi Produk

Praktik ini menunjukkan bahwa para peserta mampu mengaplikasikan teori pemasaran digital dengan cepat dan menghasilkan konten yang kreatif. Hasil implementasi tersebut sejalan dengan penelitian Nugraha et al. (2024) yang menyatakan bahwa *affiliate marketing* telah menjadi salah satu bentuk pekerjaan digital yang sangat relevan bagi generasi muda di era ekonomi digital saat ini. Peningkatan keterampilan siswa dalam membuat konten ini juga membuktikan teori dari Fatimah dan Marnita (2023), yang menjelaskan bahwa literasi digital mampu memicu kemampuan berpikir kritis dan kreativitas peserta didik dalam memanfaatkan teknologi secara produktif. Melalui pendekatan praktis ini, pelatihan *affiliator marketplace* tidak hanya memberikan keterampilan teknis

dalam penggunaan platform digital, tetapi juga berhasil membentuk kemampuan komunikasi digital, kreativitas konten, serta pemahaman etika bermedia sosial. Dengan demikian, program pelatihan ini dapat dikembangkan sebagai salah satu model layanan perpustakaan sekolah berbasis literasi digital yang inovatif, solutif, dan relevan dengan kebutuhan peserta didik abad ke-21.

### **OUTPUT WORKSHOP FREELANCE AFFILIATOR MARKETPLACE TERHADAP DIMENSI PROFIL LULUSAN**

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan affiliator marketplace berkontribusi terhadap penguatan delapan dimensi profil lulusan melalui aktivitas pembelajaran berbasis praktik digital dan kewirausahaan. Delapan dimensi profil lulusan tersebut merupakan representasi kualitas ideal yang harus dimiliki siswa setelah menyelesaikan pendidikan, yang dalam konteks Kurikulum Merdeka diwujudkan melalui Profil Pelajar Pancasila. Metode pelatihan ini sejalan dengan *project-based learning* (pembelajaran berbasis proyek). Menurut Setiawan, L., Wardani, N. S., & Permana, (2018) model pembelajaran ini berpusat pada siswa untuk melakukan penyelidikan mendalam mengenai suatu topik. Melalui pendekatan tersebut, peserta didik dapat menggali materi pelajaran secara komprehensif, serta berfokus pada isu atau pertanyaan signifikan yang aktual dan relevan dengan dunia nyata. Berikut adalah delapan dimensi profil lulusan yang dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah:

*Pertama*, keimanan, Tinggi rendahnya keimanan dan ketakwaan terhadap Tuhan pada diri lulusan mewakili seseorang yang meyakini keberadaan Tuhan dengan teguh dan secara terus-menerus menerjemahkan ajaran agama ke dalam setiap perbuatan kesehariannya. Kepercayaan mendalam ini terwujud dalam sikap beradab, penuh perhatian, dan penuh tanggung jawab saat mengemban tugas-tu-

---

---

gasnya.. (Kemendikdasmen, 2025). Pelatihan affiliator Shopee mengajarkan siswa untuk mempromosikan produk secara jujur, tidak menipu pelanggan, tidak membuat konten hoaks, serta menjaga etika dalam bertransaksi. Ini menumbuhkan nilai kejujuran dan tanggung jawab sebagai bagian dari akhlak mulia

*Kedua*, kewargaan menunjukkan individu yang memiliki rasa cinta tanah air, menaati aturan dan norma sosial dalam kehidupan bermasyarakat, memiliki kepedulian, tanggungjawab sosial, serta berkomitmen untuk menyelesaikan masalah nyata yang terkait keberlanjutan manusia dan lingkungan. Fokus kewargaan yaitu kesadaran peserta didik untuk berkontribusi terhadap kebaikan bersama sebagai warga negara dan warga dunia. (Kemendikdasmen, 2025). Pelatihan affiliator membentuk kesadaran siswa sebagai warga digital yang bertanggung jawab. Keterkaitannya tampak melalui:

- a. Kepatuhan terhadap aturan Shopee Affiliate dan hukum perlindungan konsumen,
- b. Etika bertransaksi (transparansi komisi, tidak mempromosikan produk ilegal/palsu),
- c. Kontribusi pada ekosistem digital yang sehat dengan membuat ulasan jujur dan melaporkan penipuan,
- d. Pemahaman hak dan kewajiban sebagai konten kreator digital.

Ini mengembangkan karakter siswa sebagai warga yang taat aturan, etis, dan peduli lingkungan digital.

*Ketiga*, Kemampuan berpikir kritis menandakan seseorang yang piawai dalam penalaran logis, analisis mendalam, dan refleksi saat mencerna, menilai, serta mengolah data. Para siswa dibekali keahlian guna mengurai persoalan, menguji kebenaran, merangkai

---

pemikiran yang saling terkait, dan merenungkan cara berpikir saat membuat keputusan. Individu dengan keahlian bernalar kritis umumnya sanggup membereskan masalah secara teratur, meninjau dari berbagai perspektif, dan menciptakan jalan keluar yang masuk akal serta berlandaskan fakta. Bakat ini menempa diri menjadi pribadi yang teliti, responsif, dan cakap mengatasi rintangan melalui olah pikir yang matang dan terorganisir. (Kemendikdasmen, 2025). Siswa menganalisis data klik, konversi, tren produk, profil konsumen, dan efektivitas konten. Mereka belajar mengambil keputusan berbasis data, mengevaluasi argumen, dan menilai kredibilitas informasi.

*Keempat*, Kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk berpikir secara segar, luwes, dan asli saat memproses gagasan atau data demi menghasilkan pemecahan masalah yang khas serta berguna. Mereka dapat melihat masalah dari berbagai sudut pandang, menghasilkan banyak gagasan, serta menemukan dan mengembangkan alternatif solusi yang efektif. Peserta didik yang memiliki kreativitas cenderung berpikir di luar kebiasaan, mengembangkan ide-ide secara mendalam, serta memodifikasi atau menciptakan sesuatu yang orisinal, bermakna, dan memiliki dampak positif bagi lingkungan sekitar. (Kemendikdasmen, 2025). Siswa dituntut membuat konten yang menarik foto, video, review, poster, dan caption. Hal ini meningkatkan kemampuan mereka dalam menghasilkan ide baru, desain kreatif, dan narasi promosi yang inovatif.

*Kelima*, Dengan adanya kolaborasi, seseorang dapat bekerja sama secara lancar dengan rekan-rekan, menerapkan semangat kekeluargaan demi meraih sasaran yang disepakati. Hal ini dilakukan dengan membagi tugas dan kewajiban secara adil. Mereka membangun ikatan yang erat, mengapresiasi setiap sumbangsih dari anggota tim, serta menunjukkan rasa hormat satu sama lain, bahkan saat

---

ada perbedaan pandangan atau asal-usul. (Kemendikdasmen, 2025). Pelatihan dilakukan melalui kolaborasi: membuat konten bersama, berbagi strategi pemasaran, dan saling membantu menganalisis performa link. Siswa dilatih bekerja sama, peduli, dan membangun komunitas belajar yang solid.

*Keenam*, profil lulusan yang memiliki karakter mandiri menjadikan siswa lulus dengan kemampuan tanggung jawab atas hasil kegiatan belajar di sekolah. Dalam kurikulum merdeka siswa lebih banyak melakukan pembelajaran, Guru bertindak sebagai fasilitator yang membimbing, bukan satu-satunya sumber ilmu, sedangkan siswa aktif berpartisipasi, berdiskusi, dan melakukan refleksi. (Kemendikdasmen, 2025). Affiliator Shopee menuntut siswa mampu mengelola akun sendiri, membuat jadwal posting, memilih produk, serta mengevaluasi hasil. Proses ini melatih tanggung jawab, disiplin, dan kemandirian dalam belajar maupun bekerja.

*Ketujuh*, dimensi kesehatan. Dimensi ini menekankan pentingnya kesehatan fisik dan mental. Siswa yang sehat akan lebih optimal dalam belajar dan beraktivitas. Contoh kegiatannya olahraga rutin (senam, lari, futsal, voli), pemeriksaan kesehatan berkala, edukasi pola hidup bersih dan sehat (PHBS), kegiatan konseling atau bimbingan psikologis Istirahat yang cukup dan manajemen stres. (Kemendikdasmen, 2025). Pelatihan affiliator juga menyentuh aspek kesehatan melalui **kesehatan digital**: membatasi screen time, menjaga keamanan data, dan menghindari konten negatif. Melalui kegiatan workshop ini agar kesehatan mental siswa dapat terjaga karena mengurangi kegiatan *game online* yang digantikan dengan membuat konten afiliasi.

*Kedelapan*, komunikasi adalah kemampuan siswa dalam menyampaikan ide, gagasan, pendapat, atau informasi kepada orang

---

lain secara **jelas, efektif, dan santun**, baik secara lisan maupun tulisan. Tidak hanya berbicara, tetapi juga mencakup kemampuan **mendengarkan, memahami, dan merespon dengan baik**. Dimensi ini sangat penting karena hampir semua aktivitas belajar, bekerja, maupun bersosialisasi membutuhkan komunikasi yang baik. Siswa yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik akan lebih percaya diri, mudah bekerja sama, dan mampu menyampaikan pemikirannya dengan tepat. Profil ini memungkinkan peserta didik mampu berinteraksi dengan orang lain, berbagi serta mempertahankan pendapat, menyampaikan sudut pandang yang beragam, dan aktif terlibat dalam kegiatan yang membutuhkan interaksi dua arah. Dengan demikian diharapkan lulusan yang memiliki kemampuan komunikasi dengan baik dapat membangun hubungan yang positif, menjembatani perbedaan pendapat, dan menciptakan pemahaman bersama dalam lingkungan sosial maupun profesional. (Kemendikdasmen, 2025).

Pelatihan *affiliator* sangat memperkuat kemampuan komunikasi siswa, terutama komunikasi digital, melalui: membuat *caption* yang persuasif, jelas, dan informatif, menjawab pertanyaan konsumen secara sopan dan efektif, menyusun *review* produk dengan bahasa yang mudah dipahami, membangun *personal branding* melalui gaya komunikasi yang konsisten, berkomunikasi dalam kolaborasi tim (*diskusi, koordinasi konten, brainstorming*).

## E. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi pelatihan *affiliator marketplace* di Perpustakaan Gisa Widya Pustaka SMKN 1 Girimulyo, yang mencakup *workshop* pengenalan *affiliate marketing* hingga praktik pembuatan konten promosi digital, terbukti secara signifikan mampu meningkatkan literasi digital peserta didik. Program ini

---

---

memberikan pengaruh positif terhadap kompetensi digital siswa, khususnya dalam aspek komunikasi digital, kreativitas konten, pemanfaatan teknologi informasi, dan pemahaman etika digital, sekaligus mendukung penguatan delapan dimensi profil lulusan yang meliputi keimanan, kewargaan, bernalar kritis, kreativitas, kolaborasi, kemandirian, kesehatan, serta komunikasi. Temuan ini menegaskan bahwa perpustakaan sekolah kini dapat bertransformasi menjadi pusat pengembangan literasi digital yang inovatif melalui program berbasis ekonomi digital yang memberikan pengalaman belajar kontekstual dan relevan dengan kebutuhan dunia kerja. Oleh karena itu, program serupa perlu dikembangkan secara berkelanjutan sebagai bagian dari layanan literasi sekolah guna mendukung pembentukan karakter peserta didik yang adaptif, kreatif, dan berdaya saing tinggi di era digital saat ini.

## **F. DAFTAR PUSTAKA**

Ekonomi, P., & Pendapatan, P. (2023). *PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI AFFILIATE MARKETING DAN PENINGKATAN PENDAPATAN AFILIATOR* Muchammad Wilianto Hamzah Manajemen Keuangan Mikro Terpadu , Fakultas Ekonomi dan Bisnis , Universitas Padjadjaran Asep Mulyana Manajemen Keuangan Mikro Terpa. 17(5), 3241–3257.

Fatimah, & Marnita. (2023). Literasi digital dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis pada mata kuliah IPBA. *Berkala Fisika Indonesia : Jurnal Ilmiah Fisika, Pembelajaran Dan Aplikasinya*, 14(1), 46–53. <https://doi.org/10.12928/bfi-jifpa.v14i1.25524>

Fauza Husna. (2023). Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK) PERAN AFFILIATOR DALAM MENARIK MINAT

---

BELANJA KONSUMEN Fauza Husna. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), Vol. 2*, 299–306.

Febeline, V. P., & Celine, V. (2025). *Tinjauan Hukum terhadap Penggunaan Game oleh Anak sebagai Konsumen Digital di Indonesia*. 2(September).

Hardian, A., Sitepu, E., Mulyapradana, A., Sitopu, J. W., & Wardono, B. H. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Remaja di Era Digital. *IRJE: Indonesian Research Journal on Education*, 5(1), 1079–1085. <http://www.irje.org/irje/article/view/2037>

Isabella, I., Iriyani, A., & Puji Lestari, D. (2023). Literasi Digital sebagai Upaya Membangun Karakter Masyarakat Digital. *Jurnal Pemerintahan Dan Politik*, 8(3), 167–172. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i3.3236>

Kemendikdasmen. (2025). Pembelajaran Mendalam. *NASKAH AKADEMIK PEMBELAJARAN MENDALAM Menuju Pendidikan Bermutu Untuk Semua*, hal 47.

Nugraha, A., Aulia Pratiwi, M., Muharni Ardenis, D., Amany, N., Ahmad, S. S., & Sukmawati, A. (2024). Affiliate Marketer a Decent Work for Generation Z in Indonesia? . *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 8(1), 45–55. <https://doi.org/10.20473/tijab.v8.i1.2024.51251>

Pratama, S., Ashari, M., Zulkarnain, S. A. B., & Sabrina, E. (2025). The Importance of Digital Literacy in the World of Education: Learning Transformation in the Digital Era Pentingnya Literasi Digital dalam Dunia Pendidikan: Transformasi Pembelajaran di

---

Era Digital. *JKIP: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan*, 6(2), 554–561.  
<http://journal.al-matani.com/index.php/jkip/index>

Sari Bonatua, Dipa, D. (2021). Jurnal basicedu. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3850–3857.

Setiawan, L., Wardani, N. S., & Permana, T. I. (2021). (2018). Jurnal Pembangunan dan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi Volume 8, No. 2, 2020 (163-171). *Peningkatan Kreativitas Siswa Pada Pembelajaran Tematik Menggunakan Pendekatan Project-Based Learning*, 8(1), 163–171.

---

