



Published online on the page: <https://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/berbakti>

BERBAKTI
Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat

| ISSN (Online) 3064-0814 |



Program Shopee Affiliate: Solusi Mahasiswa FAI UMJ Meraih Penghasilan Tanpa Modal Besar

Asep Supyadillah^{1*}, Risdianto¹, M. Reza Prima Matondang¹, Mahliga Fitriansyah², Siti Shofiyah¹

¹Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, Indonesia

²Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

Informasi Artikel

Sejarah Artikel:

Submit: 15 Juni 2025

Revisi: 20 Juni 2025

Diterima: 25 Juni 2025

Diterbitkan: 30 Juni 2025

Kata Kunci

Shopee affiliate, Mahasiswa, Digital marketing, Penghasilan tambahan, Ekonomi kreatif

Correspondence

E-mail: asep.supyadillah@umj.ac.id*

A B S T R A K

Fenomena digitalisasi membuka berbagai peluang baru dalam dunia ekonomi kreatif, termasuk di kalangan mahasiswa. Salah satu peluang yang kini banyak diminati adalah program afiliasi, khususnya Shopee Affiliate, yang memungkinkan individu mendapatkan penghasilan melalui promosi produk tanpa perlu modal besar. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan oleh dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta (FAI UMJ) sebagai upaya memberikan edukasi dan pelatihan kepada mahasiswa untuk memanfaatkan peluang digital secara produktif. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi, praktik langsung, serta evaluasi pemahaman melalui pre-test dan post-test. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemahaman mahasiswa terhadap konsep afiliasi digital meningkat secara signifikan, dan mayoritas peserta merasa optimis dapat menerapkan strategi yang dipelajari untuk menghasilkan penghasilan tambahan. Program ini menjadi solusi konkret dalam menghadapi tantangan ekonomi di kalangan mahasiswa serta mendorong kemandirian finansial tanpa bergantung pada modal besar.

Abstract

The phenomenon of digitalization has opened up numerous new opportunities in the creative economy sector, particularly among university students. One of the most popular opportunities today is affiliate marketing, specifically the Shopee Affiliate Program, which enables individuals to earn income by promoting products without requiring large capital. This community service program was initiated by lecturers from the Faculty of Islamic Studies at Universitas Muhammadiyah Jakarta (FAI UMJ) to provide education and hands-on training to students on utilizing digital opportunities productively. The program implementation included material delivery, hands-on practice, and comprehension evaluation through pre-test and post-test methods. The results indicate a significant improvement in students' understanding of digital affiliate marketing, and most participants expressed confidence in applying the strategies to earn additional income. This program presents a practical solution for addressing financial challenges among students and promotes financial independence without the need for substantial capital.

This is an open access article under the CC-BY-SA license



1. Pendahuluan

Era digital telah memberikan transformasi besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk ekonomi, pendidikan, dan gaya hidup masyarakat. Digitalisasi telah melahirkan model ekonomi baru yang mengandalkan teknologi sebagai infrastruktur utama dalam kegiatan usaha. Salah satu bentuk model ekonomi digital yang kini berkembang pesat adalah sistem afiliasi, yaitu kegiatan mempromosikan produk pihak ketiga dan memperoleh komisi dari hasil penjualannya. Sistem ini

dinilai sangat relevan bagi kalangan muda, khususnya mahasiswa, yang ingin meraih penghasilan tambahan tanpa harus memiliki modal besar [1].

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital native memiliki akses luas terhadap teknologi informasi dan media sosial. Fenomena ini membuka peluang besar untuk mengembangkan potensi ekonomi mereka secara mandiri. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara produktif. Banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial semata sebagai sarana hiburan, tanpa menyadari bahwa media tersebut juga dapat menjadi ladang penghasilan [2]. Maka dari itu, dibutuhkan strategi pemberdayaan yang tepat untuk mengarahkan pemanfaatan digital secara produktif dan bernilai ekonomis.

Program Shopee Affiliate hadir sebagai salah satu solusi dalam menjawab tantangan ekonomi di kalangan mahasiswa. Program ini menawarkan sistem kerja yang sederhana namun efektif: mahasiswa cukup membuat konten kreatif yang merekomendasikan produk Shopee, lalu membagikan tautannya ke media sosial. Setiap pembelian melalui tautan tersebut akan memberikan komisi kepada mahasiswa. Dengan kata lain, penghasilan dapat diperoleh tanpa harus memiliki produk sendiri ataupun menyewa tempat usaha [3].

Program ini sangat sesuai dengan kondisi mayoritas mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta (FAI UMJ), yang sebagian besar berasal dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah. Beban biaya kuliah, kebutuhan hidup, serta keterbatasan waktu menjadi tantangan tersendiri bagi mereka untuk mencari penghasilan tambahan. Oleh karena itu, peluang mendapatkan pendapatan tanpa modal besar melalui Shopee Affiliate menjadi sebuah terobosan yang patut diperkenalkan secara sistematis melalui program pengabdian kepada masyarakat [4].

Pengabdian masyarakat dalam konteks ini difokuskan pada pembinaan kemampuan mahasiswa dalam memahami, mengelola, dan mengimplementasikan konsep digital marketing berbasis afiliasi. Kegiatan dilakukan secara terstruktur melalui penyuluhan, pelatihan teknis, dan simulasi pembuatan konten promosi. Selain itu, kegiatan ini juga dimaksudkan untuk meningkatkan literasi digital mahasiswa dalam menghadapi tantangan ekonomi era industri 4.0 [5].

Keterampilan digital marketing menjadi kebutuhan utama di era saat ini, terutama dalam lingkungan yang didominasi oleh e-commerce dan media sosial. Mahasiswa yang memiliki keterampilan ini berpeluang lebih besar untuk berdaya saing di dunia kerja dan kewirausahaan digital. Oleh karena itu, penguasaan program Shopee Affiliate dapat menjadi pijakan awal bagi mahasiswa untuk membangun portofolio ekonomi digital secara berkelanjutan [6].

Beberapa studi menunjukkan bahwa program afiliasi dapat meningkatkan pendapatan mahasiswa secara signifikan, terutama jika dilakukan secara konsisten dan kreatif. Penelitian dari Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa mahasiswa yang aktif dalam program afiliasi mengalami peningkatan kemandirian finansial hingga 40% dalam waktu 6 bulan [7]. Ini menjadi bukti bahwa program afiliasi bukan hanya tren sesaat, tetapi juga instrumen pemberdayaan ekonomi yang layak diperkuat melalui edukasi.

Pentingnya penguatan ekonomi mahasiswa melalui program afiliasi juga sejalan dengan visi pendidikan Islam, yakni membentuk insan yang mandiri, bertanggung jawab, dan mampu memberikan manfaat bagi lingkungannya. Dalam kerangka ini, pengabdian masyarakat tidak hanya berorientasi pada transfer ilmu pengetahuan, tetapi juga pada pembangunan kapasitas dan pemberdayaan komunitas kampus secara holistik [8].

Shopee Affiliate, sebagai platform yang inklusif dan mudah diakses, memungkinkan semua orang untuk bergabung tanpa seleksi ketat atau biaya pendaftaran. Hal ini membuat program ini ideal untuk mahasiswa yang belum memiliki pengalaman bisnis. Cukup dengan smartphone dan

koneksi internet, seorang mahasiswa dapat memulai langkahnya di dunia digital marketing dan memperoleh pengalaman kewirausahaan digital secara langsung [9].

Namun, masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui atau memahami cara kerja Shopee Affiliate secara menyeluruh. Hal ini disebabkan minimnya informasi, kurangnya pendampingan teknis, serta adanya kesenjangan digital antara mahasiswa yang akrab dengan media sosial dan mereka yang belum terbiasa menggunakannya secara produktif. Oleh karena itu, perlu ada intervensi sistematis dalam bentuk pengabdian masyarakat yang bersifat edukatif dan aplikatif [10].

Program pengabdian ini dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik dan kebutuhan mahasiswa FAI UMJ, khususnya Prodi Hukum Islam, yang cenderung belum memiliki pengalaman wirausaha atau pengetahuan ekonomi digital. Pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan berorientasi pada praktik langsung, agar mahasiswa tidak hanya memahami konsep tetapi juga mampu menerapkannya dalam konteks nyata [11].

Dalam kegiatan ini, mahasiswa diajak untuk mengenali potensi mereka sebagai "*micro influencer*" di lingkar sosial masing-masing. Dengan memanfaatkan jaringan pertemanan dan pengikut media sosial, mereka dapat membangun kepercayaan audiens dan memperluas peluang afiliasi. Kegiatan ini juga menekankan pentingnya etika digital, kejujuran dalam merekomendasikan produk, serta akhlak Islam dalam berbisnis [12].

Sebagai bagian dari penguatan pendidikan karakter, kegiatan ini diharapkan mampu menumbuhkan sikap tanggung jawab, disiplin, dan kreatif di kalangan mahasiswa. Prinsip-prinsip etika bisnis Islam juga diintegrasikan dalam materi pelatihan untuk menjaga integritas peserta dalam menjalankan aktivitas afiliasi secara halal dan profesional [13].

Model pembelajaran berbasis pengabdian seperti ini sejalan dengan konsep *experiential learning*, di mana mahasiswa belajar melalui pengalaman nyata, bukan sekadar teori di kelas. Hal ini memberikan pengalaman kontekstual dan mendorong keterlibatan aktif mahasiswa dalam proses pembelajaran sosial berbasis aksi [14].

Pelatihan ini juga diharapkan menjadi sarana eksplorasi minat dan bakat mahasiswa di bidang *content creation*, *public speaking*, serta *copywriting*, yang merupakan keterampilan penting dalam membangun personal branding di dunia digital. Keterampilan ini memiliki nilai tambah tinggi dan dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang karier [15].

Dalam jangka panjang, program ini bertujuan membangun kultur produktif di kalangan mahasiswa. Mahasiswa didorong untuk tidak hanya menjadi konsumen informasi di internet, tetapi juga sebagai produsen konten yang bermanfaat dan mendatangkan keuntungan ekonomi. Transformasi ini menjadi salah satu pilar penting dalam membentuk generasi pembelajar yang kreatif, adaptif, dan berdaya saing global [16].

Shopee Affiliate juga memungkinkan pengembangan jejaring profesional di dunia digital, karena para peserta dapat berinteraksi dengan komunitas sesama afiliator, *brand owner*, dan agensi pemasaran. Hal ini membuka peluang kolaborasi dan pertumbuhan secara eksponensial, bahkan setelah lulus dari perguruan tinggi [17].

Di sisi lain, kegiatan ini juga berkontribusi dalam memperkuat peran kampus sebagai pusat inovasi sosial yang menjawab kebutuhan riil masyarakat. Melalui kegiatan pengabdian ini, dosen dan mahasiswa bersama-sama menjadi agen perubahan yang memanfaatkan teknologi untuk keberdayaan ekonomi dan kesejahteraan umat [18].

Kegiatan ini menjadi bagian dari upaya strategis Fakultas Agama Islam UMJ dalam menyinergikan tridarma perguruan tinggi. Kolaborasi antara dosen dan mahasiswa dalam bentuk pengabdian masyarakat diharapkan menjadi praktik baik yang dapat direplikasi dan dikembangkan dalam tema-tema lain yang relevan [19].

Dengan melihat pentingnya program Shopee Affiliate sebagai solusi penghasilan tanpa modal besar, kegiatan pengabdian ini menjadi langkah konkret dalam menjawab persoalan ekonomi mahasiswa secara aplikatif. Diharapkan kegiatan ini tidak berhenti pada satu kali pelatihan, tetapi berlanjut menjadi program inkubasi kewirausahaan digital yang lebih terstruktur di masa depan [20].

2. Metode Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif, yang menekankan kolaborasi antara tim dosen FAI UMJ dan para mahasiswa sebagai peserta kegiatan. Kegiatan berlangsung di lingkungan kampus Universitas Muhammadiyah Jakarta dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai program studi di bawah naungan Fakultas Agama Islam. Pengabdian dilakukan dalam kurun waktu dua bulan, mencakup perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan ini digunakan agar mahasiswa tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek aktif dalam kegiatan, sesuai prinsip pemberdayaan dalam pengabdian masyarakat.

Kegiatan dimulai dengan tahap perencanaan yang dilakukan oleh tim pelaksana. Pada tahap ini, tim merancang silabus pelatihan, menyusun modul edukasi tentang program Shopee Affiliate, dan menyebarkan kuisioner awal untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terkait ekonomi digital. Selain itu, dilakukan juga survei minat dan kebutuhan mahasiswa terhadap peluang penghasilan berbasis teknologi informasi. Kegiatan dirancang fleksibel dan aplikatif agar dapat menjangkau mahasiswa dengan berbagai latar belakang ekonomi dan pemahaman teknologi yang berbeda.

Pelaksanaan kegiatan terdiri dari tiga sesi utama. Sesi pertama adalah seminar motivasi digitalpreneurship yang dibawakan oleh dosen dan narasumber praktisi affiliate marketing. Sesi ini bertujuan membentuk pola pikir (*mindset*) mahasiswa bahwa peluang usaha tidak harus dimulai dengan modal besar, melainkan dengan kemauan belajar dan eksplorasi teknologi. Sesi kedua berupa pelatihan teknis Shopee Affiliate yang dilakukan secara luring di laboratorium komputer. Mahasiswa diajarkan langkah-langkah registrasi, pembuatan konten, pemilihan produk, serta strategi pemasaran melalui media sosial. Pendekatan ini mengedepankan praktik langsung agar peserta memperoleh pengalaman riil.

Sesi ketiga merupakan pendampingan personal selama 3 minggu pasca pelatihan. Pada tahap ini, mahasiswa difasilitasi untuk membentuk kelompok kecil (*peer group*) dan mendapatkan mentor dari tim pelaksana. Setiap kelompok wajib membuat konten promosi minimal 3 kali seminggu dan melaporkan hasilnya. Pendekatan ini diambil untuk memastikan keberlanjutan aktivitas mahasiswa dalam program Shopee Affiliate, sekaligus mendorong terbentuknya komunitas wirausaha digital di kalangan mahasiswa.

Untuk mengevaluasi efektivitas program, dilakukan pre-test dan post-test menggunakan kuisioner yang dirancang untuk mengukur tiga indikator utama: peningkatan pemahaman, peningkatan keterampilan teknis, dan peningkatan kepercayaan diri untuk memulai usaha. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa belum memahami konsep afiliasi secara utuh, dan masih ragu terhadap potensi penghasilan dari jalur ini. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam tiga indikator tersebut berdasarkan analisis data kuantitatif dan wawancara terbuka.

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi lembar observasi kegiatan, kuisioner, dan wawancara semi-terstruktur. Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk menilai partisipasi aktif mahasiswa. Kuisioner digunakan untuk menilai persepsi dan pemahaman sebelum dan sesudah pelatihan, sedangkan wawancara digunakan untuk menggali respon dan kendala peserta dalam mengimplementasikan Shopee Affiliate setelah pelatihan. Triangulasi data dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas data.

Pelaksanaan kegiatan ini juga memperhatikan aspek etika akademik, di mana seluruh peserta diberikan penjelasan dan persetujuan (*informed consent*) sebelum pengambilan data dilakukan. Data

pribadi mahasiswa dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan evaluasi program. Seluruh kegiatan didokumentasikan dalam bentuk foto, video, dan laporan tertulis yang menjadi bahan refleksi tim pelaksana untuk pengembangan kegiatan selanjutnya.

Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa sebanyak 85% peserta merasa terbantu dan terinspirasi untuk mencoba menjadi affiliate marketer, sementara 60% peserta telah berhasil membuat akun Shopee Affiliate aktif. Bahkan beberapa mahasiswa telah mendapatkan komisi pertama dalam kurun waktu dua minggu setelah pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan dampak nyata dan berkelanjutan dalam aspek pemberdayaan ekonomi mahasiswa.

Secara umum, metode pengabdian ini mengombinasikan pendekatan edukatif dan pemberdayaan yang berkelanjutan, sehingga mahasiswa tidak hanya memahami konsep tetapi juga memperoleh pengalaman praktik dan membentuk jejaring komunitas. Ini selaras dengan prinsip pengabdian yang holistik dan transformatif dalam pengembangan masyarakat kampus.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan antusiasme yang tinggi dari para peserta. Dari total 35 mahasiswa Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Jakarta yang mengikuti program ini, sebanyak 30 orang (85,7%) menunjukkan ketertarikan untuk mendaftar program Shopee Affiliate secara langsung setelah sesi pelatihan berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa menyambut baik alternatif penghasilan tanpa modal besar melalui platform digital yang legal dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Pelatihan dimulai dengan sesi pengenalan konsep ekonomi digital dan affiliate marketing. Mahasiswa diberikan wawasan mengenai sistem komisi yang diperoleh dari membagikan tautan produk Shopee melalui media sosial. Sebanyak 91,4% peserta mengaku belum pernah mengikuti pelatihan serupa sebelumnya. Ini menunjukkan urgensi dan relevansi pengabdian masyarakat dalam memberikan literasi digital bagi mahasiswa keislaman.

Dalam sesi teknis, peserta diajarkan langkah demi langkah pendaftaran akun Shopee Affiliate, cara membuat tautan, dan strategi membuat konten promosi. Setelah praktik langsung, 94,2% peserta menyatakan bahwa mereka merasa mampu dan percaya diri untuk mulai menjadi affiliate marketer. Pelatihan ini membuktikan bahwa mahasiswa dari latar belakang keilmuan non-teknologi pun mampu memahami dan menerapkan strategi digital dengan pendampingan yang tepat.

Pemanfaatan media sosial sebagai kanal promosi produk menjadi bagian penting dalam pembahasan. Mahasiswa dimotivasi untuk mengembangkan personal branding islami yang tetap profesional. Hasil survei setelah pelatihan menunjukkan bahwa 82,8% peserta berkomitmen menggunakan Instagram, TikTok, dan WhatsApp untuk berbagi link affiliate produk halal. Pendekatan etis dalam promosi menjadi nilai tambah dalam kegiatan ini. Berikut adalah data hasil survei peserta pelatihan:

Tabel 1. Data Hasil Survey

Aspek yang diukur	Total Mahasiswa	Presentase (%)
Tertarik mendaftar Shopee Affiliate	30	85.7
Baru pertama kali ikut pelatihan serupa	32	91.4
Merasa mampu menjalankan affiliate	33	94.2
Komitmen hanya mempromosikan produk halal	29	82.8

Sumber: Hasil survey

Pelatihan ini juga menyoroti pentingnya keterampilan digital sebagai kompetensi tambahan yang memperkuat daya saing lulusan FAI di tengah tantangan ekonomi dan ketenagakerjaan. Model

pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa integrasi ekonomi digital dengan nilai-nilai Islam dapat diaplikasikan secara efektif untuk kalangan mahasiswa.

Selain keterampilan teknis, penguatan nilai-nilai kejujuran, tanggung jawab, dan keadilan dalam mempromosikan produk menjadi bagian dari nilai tambah program. Mahasiswa diajak untuk tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga menjaga kepercayaan pengikut di media sosial mereka. Ini memperkuat etika bisnis Islam yang sejalan dengan nilai-nilai fakultas.

Program ini tidak hanya memberikan manfaat finansial, tetapi juga mendorong mahasiswa untuk aktif dan kreatif di dunia digital. Sebagian peserta sudah berhasil mendapatkan komisi awal dari penjualan produk dalam satu minggu pasca pelatihan. Hal ini menjadi indikator keberhasilan jangka pendek dari kegiatan pengabdian ini.

Mahasiswa yang mengikuti program ini juga diminta untuk menyusun rencana konten digital mingguan. Rencana ini menjadi bekal awal agar aktivitas mereka sebagai affiliate marketer tetap berkelanjutan dan produktif. Dosen pendamping memberikan umpan balik terhadap rencana konten tersebut sebagai bentuk mentoring berkelanjutan.

Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa pengabdian masyarakat yang berbasis keterampilan praktis dan kebutuhan zaman mampu memberikan dampak langsung bagi mahasiswa. Pendekatan praktis, partisipatif, dan etis menjadi kunci keberhasilan kegiatan ini dalam membekali mahasiswa FAI UMJ menghadapi tantangan ekonomi digital tanpa kehilangan jati diri sebagai sarjana muslim.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan pengetahuan praktis dan keterampilan digital kepada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta (FAI UMJ) melalui program Shopee Affiliate. Pelatihan ini membuka peluang bagi mahasiswa untuk memperoleh penghasilan tambahan tanpa perlu modal besar, yang sejalan dengan kebutuhan ekonomi mahasiswa di era digital saat ini. Berdasarkan hasil observasi, diskusi, dan evaluasi pasca-kegiatan, sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terkait sistem afiliasi, strategi konten digital marketing, serta kemampuan dalam membuat tautan afiliasi dan membagikannya secara strategis. Penggunaan platform Shopee Affiliate dipilih karena jangkauan luas, kemudahan akses, serta tingginya angka pengguna e-commerce di Indonesia. Peserta pelatihan yang sebelumnya tidak memiliki pengalaman di bidang pemasaran digital mampu mengakses dashboard afiliasi, mengurasi produk, serta membagikan tautan mereka melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa dengan metode pendampingan yang terstruktur, mahasiswa dari latar belakang non-bisnis pun dapat diberdayakan untuk menjadi kreator afiliasi yang kompeten. Lebih lanjut, pengabdian ini juga memiliki implikasi terhadap penguatan literasi digital dan kewirausahaan berbasis teknologi di lingkungan mahasiswa FAI UMJ. Program afiliasi mampu menjadi jembatan bagi mahasiswa dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam ekonomi digital, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan etika promosi yang islami. Diharapkan kegiatan ini menjadi pemantik gerakan ekonomi kreatif digital di kalangan mahasiswa, khususnya dari program studi keagamaan, yang selama ini belum banyak tersentuh oleh kegiatan semacam ini. Kegiatan ini juga memberikan ruang kolaboratif antara dosen dan mahasiswa dalam mengintegrasikan dunia akademik dan praktik lapangan, serta memperkuat posisi perguruan tinggi sebagai agen pemberdayaan masyarakat kampus. Keberhasilan program ini membuka peluang untuk pelatihan lanjutan yang lebih teknis seperti strategi konten, optimasi algoritma media sosial, dan pembentukan komunitas afiliasi internal kampus. Secara keseluruhan, pengabdian ini menunjukkan bahwa Shopee Affiliate merupakan salah satu solusi nyata bagi mahasiswa untuk membangun kemandirian finansial, memperluas jejaring digital, serta mengembangkan keterampilan entrepreneurship berbasis teknologi. Oleh karena itu, perlu dilakukan keberlanjutan program, integrasi dengan kurikulum kewirausahaan digital, serta

dukungan institusional agar pengaruh dari kegiatan ini lebih luas dan berjangka panjang.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, baik dalam bentuk pendanaan maupun fasilitasi administratif. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pimpinan Fakultas Agama Islam (UMJ) yang telah memberikan kesempatan, waktu, dan dukungan partisipatif sehingga kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar. Tak lupa, penghargaan yang tulus diberikan kepada seluruh mahasiswa peserta pelatihan Shopee Affiliate yang telah antusias mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, berdiskusi aktif, serta menerapkan ilmu yang telah diberikan dalam praktik nyata. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat berkelanjutan dan menjadi inspirasi bagi pelaksanaan program pengabdian lainnya yang bersifat transformatif dan solutif di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- [1] Akbar, A. (2021). Transformasi Digital Ekonomi Kreatif di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(2), 105–118.
- [2] Arifin, Z. (2020). *Kewirausahaan Digital untuk Generasi Milenial*. Jakarta: Prenada Media.
- [3] Bakti, R. M. (2022). Pengaruh Literasi Digital terhadap Keberhasilan Mahasiswa dalam Membangun Personal Branding. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi Pendidikan*, 10(1), 56–70.
- [4] Basri, H. (2021). *Sosiologi Generasi Z dan Tantangan Zaman Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- [5] Dewi, L. N. (2020). Strategi Mahasiswa dalam Menghadapi Krisis Ekonomi Akibat Pandemi. *Jurnal Sosial Ekonomi*, 7(3), 145–160.
- [6] Gunawan, R. (2023). *Sistem Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi di Perguruan Tinggi*. Bandung: Alfabeta.
- [7] Hamzah, A. (2020). Peran Mahasiswa dalam Ekonomi Digital: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(2), 200–214.
- [8] Hidayat, F. (2021). Pendekatan Entrepreneurship Islam dalam Dunia Digital. *Jurnal Studi Islam dan Bisnis*, 6(1), 80–94.
- [9] Huda, N. (2020). Pemanfaatan Platform Digital dalam Meningkatkan Perekonomian Generasi Muda. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 8(4), 210–225.
- [10] Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Laporan Tahunan UMKM dan Transformasi Digital*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- [11] Maulana, M. (2022). Shopee Affiliate sebagai Strategi Digital Marketing Generasi Milenial. *Jurnal E-Commerce dan UMKM*, 5(1), 112–124.
- [12] Mustofa, M. (2021). Literasi Keuangan Digital Mahasiswa dalam Perspektif Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(2), 130–145.
- [13] Nurfadilah, S. (2022). Motivasi Mahasiswa dalam Mencapai Kemandirian Finansial. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 9(3), 67–80.
- [14] Pertiwi, D. (2023). Pengaruh Affiliate Marketing terhadap Perilaku Konsumen Online. *Jurnal Pemasaran Digital*, 11(1), 90–105.
- [15] Ramadhani, R. (2021). Implementasi Program Pengabdian Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 55–66.
- [16] Riani, D. (2020). Transformasi Pendidikan Tinggi dalam Menyiapkan Wirausaha Muda. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 4(3), 190–203.
- [17] Salsabila, T. (2022). Perilaku Mahasiswa dalam Penggunaan Media Sosial untuk Tujuan Ekonomi. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 12(1), 45–59.

- [18] Siregar, F. (2021). Peluang dan Risiko Bisnis Affiliate di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Digital*, 6(2), 108–122.
- [19] Susanti, E. (2020). *Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Digital di Perguruan Tinggi*. Malang: UMM Press.
- [20] Yusron, M. (2023). Pemberdayaan Mahasiswa Melalui Program Ekonomi Kreatif Digital. *Jurnal Pengembangan Sumber Daya Manusia*, 3(1), 33–47