

Menumbuhkan *Digitalpreneur* dan Literasi Digital Mahasiswa melalui Praktik Shopee Affiliate

Arfah Sahabudin

Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar
arfah@itbpolman.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana praktik Shopee Affiliate dapat menumbuhkan jiwa digitalpreneur dan meningkatkan literasi digital mahasiswa. Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap 15 mahasiswa program studi Bisnis Digital. Penelitian ini menggali pengalaman mereka untuk memahami dampaknya terhadap keterampilan pemasaran digital dan kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa mengalami peningkatan signifikan dalam kemampuan memanfaatkan platform digital untuk bisnis, terutama dalam memahami e-commerce, pemasaran online, dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Selain itu, mahasiswa juga memperoleh wawasan praktis tentang cara kerja program afiliasi, termasuk strategi memilih produk yang sesuai dengan target audiens. Namun, tantangan seperti kurangnya pengalaman awal dalam pemasaran digital, keterbatasan akses ke sumber daya pembelajaran, dan kesulitan menentukan produk yang tepat untuk dipromosikan masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Penelitian ini merekomendasikan perlunya bimbingan intensif, akses ke materi pembelajaran yang relevan, dan integrasi program afiliasi dalam kurikulum pendidikan tinggi untuk memaksimalkan manfaatnya. Dengan demikian, mahasiswa dapat memperoleh keterampilan praktis yang relevan dengan dunia digital dan bisnis, sekaligus mendorong mereka menjadi digitalpreneur yang kompeten. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan kurikulum pendidikan tinggi yang lebih responsif terhadap kebutuhan industri digital.

Kata Kunci: Literasi Digital, Digitalpreneur, Pemasaran Digital, Shopee Affiliate, E-commerce

Korespondensi Email : arfah@itbpolman.ac.id

Digital Object Identifier : <https://doi.org/10.59903/ebusiness.v4i2.130>

Diterima Redaksi : 23-01-2025 | **Selesai Revisi** : 28-01-2025 | **Diterbitkan Online** : 31-01-2025

1. Pendahuluan

Era revolusi industri 4.0 telah menjadi penyebab perkembangan teknologi digital yang kemudian telah membawa transformasi yang signifikan di berbagai sektor, termasuk pendidikan tinggi dan kewirausahaan. Digitalisasi tidak hanya mempengaruhi cara individu berkomunikasi tetapi juga membuka peluang ekonomi baru, salah satunya melalui e-commerce dan pemasaran digital. Fenomena ini relevan bagi mahasiswa yang dihadapkan pada kebutuhan untuk beradaptasi dengan dunia bisnis digital yang dinamis. Shopee Affiliate, salah satu program afiliasi yang populer di Indonesia, menawarkan potensi besar untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan pemasaran digital sekaligus menumbuhkan jiwa kewirausahaan.

Kewirausahaan digital (digitalpreneurship) adalah konsep yang semakin penting di dunia pendidikan tinggi. Digitalpreneurship melibatkan integrasi keterampilan teknologi, pemasaran digital, dan manajemen bisnis untuk menciptakan solusi yang relevan dengan tantangan industri saat ini. Menurut (Papageorgiou et al., 2021), pendidikan kewirausahaan perlu mengintegrasikan kompetensi komunikasi digital, seperti pemasaran media sosial, strategi pemasaran digital, dan optimisasi mesin pencari, untuk memenuhi tuntutan pasar yang terus berkembang.

Shopee Affiliate menjadi salah satu alat praktis yang dapat digunakan untuk meningkatkan literasi digital mahasiswa sekaligus memberikan pengalaman nyata dalam dunia pemasaran digital. Program ini memungkinkan individu untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan mempromosikan produk di media sosial dan platform digital lainnya, yang relevan dengan gaya hidup generasi Z. (Muchamad Loby Lukman & Sri Andayani, 2023) mencatat bahwa Shopee Affiliate berperan besar sebagai media komunikasi pemasaran digital yang menarik bagi generasi muda karena fleksibilitasnya dan potensinya untuk meningkatkan keterampilan pemasaran digital.

Pentingnya pendidikan kewirausahaan berbasis digital juga didukung oleh penelitian yang menyoroti dampak pelatihan digital pada peningkatan keterampilan mahasiswa. Sebagai contoh, (Sripitaksakul, 2022)

menggarisbawahi bahwa pendidikan pemasaran digital memainkan peran penting dalam mendorong mahasiswa untuk memulai bisnis mereka sendiri.

Namun demikian, ada tantangan yang perlu diatasi dalam implementasi program seperti Shopee Affiliate. Tantangan ini meliputi kurangnya pengalaman awal dalam pemasaran digital, keterbatasan akses ke sumber daya pembelajaran, dan kesulitan dalam memilih produk yang relevan untuk dipromosikan (M. Shofi Anshori Teguh Wijoyo, Intania Assai Nissa Sahiba, Fadhli Muhtazam, 2024). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang terstruktur, termasuk bimbingan dan pelatihan intensif, untuk memastikan mahasiswa dapat memaksimalkan manfaat dari program ini.

Lebih lanjut, transformasi digital dalam pendidikan tinggi menjadi topik yang semakin banyak dibahas. Pendidikan tinggi tidak hanya bertugas memberikan teori, tetapi juga pengalaman praktis yang relevan dengan kebutuhan industri. Menurut (Sulistianingsih, 2023), penggunaan teknologi digital dalam pendidikan kewirausahaan telah mengubah cara mahasiswa belajar, berinteraksi, dan mempersiapkan diri menjadi wirausahawan yang sukses. Shopee Affiliate, dengan pendekatan praktisnya, dapat menjadi salah satu solusi untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana praktik Shopee Affiliate dapat digunakan sebagai alat untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan digital mahasiswa dan meningkatkan literasi digital mereka. Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi tantangan dan peluang yang ada dalam implementasi program ini, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan kurikulum pendidikan tinggi yang lebih responsif terhadap kebutuhan industri digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif untuk mengeksplorasi bagaimana program Shopee Affiliate dapat meningkatkan literasi digital dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami pengalaman subjektif dan kompleksitas proses pembelajaran yang dialami mahasiswa dalam menggunakan program afiliasi sebagai sarana belajar kewirausahaan digital (John W. Creswell, 2014).

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 15 mahasiswa dari berbagai program studi yang aktif mengikuti program Shopee Affiliate. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, di mana mahasiswa yang memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan program afiliasi dipilih untuk memberikan data yang relevan (Patton, 2015). Selain itu, observasi partisipatif juga dilakukan untuk memahami konteks penggunaan Shopee Affiliate dalam aktivitas pemasaran digital sehari-hari.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan pendekatan tematik. Teknik ini melibatkan proses pengkodean data, identifikasi tema utama, dan interpretasi untuk memahami pola-pola yang muncul dalam pengalaman mahasiswa (Braun & Clarke, 2008). Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat menggali bagaimana program Shopee Affiliate memberikan kontribusi pada pengembangan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa.

Selain itu, penelitian ini juga memanfaatkan triangulasi data untuk meningkatkan validitas temuan. Data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi program dibandingkan untuk memastikan konsistensi dan validitas hasil penelitian (Denzin, 2017). Triangulasi ini penting untuk mengurangi bias dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

Penelitian ini didasarkan pada kerangka teori literasi digital dan kewirausahaan digital. Literasi digital mengacu pada kemampuan individu untuk menggunakan teknologi digital secara efektif dan etis dalam berbagai konteks, termasuk pendidikan dan bisnis (Belshaw, 2014). Sementara itu, kewirausahaan digital mencakup kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial melalui inovasi bisnis (Ndemo & Weiss, 2017).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

Berdasarkan wawancara mendalam dengan 15 mahasiswa yang terlibat dalam program Shopee Affiliate, terdapat tiga tema utama yang diidentifikasi, yaitu peningkatan literasi digital, pengembangan keterampilan kewirausahaan, dan tantangan yang dihadapi dalam implementasi program ini.

1. Peningkatan Literasi Digital Mahasiswa melaporkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan teknologi digital untuk aktivitas pemasaran. Mereka menjadi lebih terampil dalam memanfaatkan media sosial, seperti Instagram dan TikTok, untuk mempromosikan produk Shopee Affiliate. Sebagaimana dicatat oleh (Coffin Murray et al., 2022), penggunaan teknologi digital dapat membantu mahasiswa memahami mekanisme pasar daring secara lebih mendalam.
2. Pengembangan Keterampilan Kewirausahaan Program Shopee Affiliate juga memberikan mahasiswa pengalaman praktis dalam menjalankan bisnis kecil-kecilan. Mereka belajar bagaimana memilih produk yang tepat, menentukan strategi promosi yang efektif, dan menganalisis hasil penjualan. Hal ini sejalan dengan temuan (Muchamad Loby Lukman & Sri Andayani, 2023), yang menyoroti pentingnya pengalaman langsung dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan.
3. Tantangan yang Dihadapi Meskipun demikian, mahasiswa juga menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pengetahuan awal tentang pemasaran digital dan kesulitan dalam membangun audiens. Tantangan ini menunjukkan perlunya pendampingan lebih lanjut, sebagaimana direkomendasikan oleh (Sripituksakul, 2022).

3.2. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa program Shopee Affiliate memiliki potensi besar untuk meningkatkan literasi digital dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa. Literasi digital yang meningkat memungkinkan mahasiswa untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, sementara keterampilan kewirausahaan membantu mereka mempersiapkan diri menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompetitif.

Peningkatan literasi digital ini tidak hanya mencakup kemampuan teknis, tetapi juga pemahaman tentang etika digital dan analisis data. Sebagaimana diuraikan oleh Belshaw (2012), literasi digital yang komprehensif mencakup berbagai aspek, mulai dari kemampuan teknis hingga pemikiran kritis.

Di sisi lain, pengembangan keterampilan kewirausahaan melalui program ini mendukung teori bahwa pengalaman praktis adalah salah satu cara terbaik untuk belajar kewirausahaan. Hal ini konsisten dengan pandangan Creswell (2014), yang menekankan pentingnya pembelajaran berbasis pengalaman dalam pendidikan kewirausahaan.

Namun, tantangan yang dihadapi mahasiswa menunjukkan adanya kesenjangan antara teori dan praktik. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih terintegrasi dalam kurikulum pendidikan tinggi, termasuk pelatihan intensif dan akses ke sumber daya pembelajaran yang relevan. Sebagaimana dicatat oleh Papageorgiou et al. (2021), pendidikan kewirausahaan harus mengintegrasikan elemen digital secara lebih mendalam untuk memenuhi kebutuhan industri modern.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa program Shopee Affiliate memiliki dampak positif dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan kewirausahaan mahasiswa. Melalui pengalaman langsung dalam menggunakan platform digital untuk pemasaran, mahasiswa tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman mendalam tentang e-commerce, strategi pemasaran, dan analisis data. Meskipun demikian, beberapa tantangan seperti kurangnya pengalaman awal dalam pemasaran digital dan kesulitan dalam memilih produk yang relevan masih perlu diatasi. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan perlunya pengintegrasian program afiliasi seperti Shopee Affiliate ke dalam kurikulum pendidikan tinggi. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan intensif, akses ke materi pembelajaran yang relevan, dan pendampingan dari praktisi industri. Dengan langkah-langkah ini, mahasiswa dapat lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin berbasis teknologi dan berkontribusi secara signifikan dalam ekosistem bisnis digital.

Daftar Rujukan

- Belshaw, D. (2014). The Essential Elements of Digital Literacies. *Igarss 2014*, 1.
- Braun, V., & Clarke, V. (2008). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology. Journal of Chemical Information and Modeling*, 3(2).
- Coffin Murray, M., Pérez, J., & Fluker, J. (2022). Digital Literacy in the Core: The Emerging Higher Education Landscape. *Issues in Informing Science and Information Technology*, 19. <https://doi.org/10.28945/4957>
- Denzin, N. K. (2017). The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods. In *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. <https://doi.org/10.4324/9781315134543>
- John W. Creswell. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches 4th Edition* (4th editio). SAGE Publications, Inc;
- M. Shofi AnshoriTeguh Wijoyo, Intania Assai Nissa Sahiba, Fadhli Muhtazam, H. H. A. (2024). Peningkatan Minat Berwirausaha Remaja Ipnu Kalimade Kesesi Melalui Pelatihan Penggunaan Shopee Affiliates. *JUMAT Ekonomi*, Vol. 5(No. 1). https://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/abdimas_ekon/article/view/4278

- Muchamad Loby Lukman, & Sri Andayani. (2023). Peran Shopee Affiliate Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital di Era Generasi. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1). <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1693>
- Ndemo, B., & Weiss, T. (2017). Digital Kenya: An Entrepreneurial Revolution in the Making. In *Palgrave Macmillian* (Issue July).
- Papageorgiou, G., Mihai-Yiannaki, S., Ioannou, M., Varnava-Marouchou, D., & Marneros, S. (2021). Entrepreneurship education in an era of digital communications. In *Contemporary Issues in Entrepreneurship Research* (Vol. 11). <https://doi.org/10.1108/S2040-724620210000011005>
- Sripitaksakul, C. (2022). Education about Digital Marketing to Students through Entrepreneurship Programs. *Journal of Asian Multicultural Research for Educational Study*, 3(2). <https://doi.org/10.47616/jamres.v3i1.272>
- Sulistianingsih, S. (2023). Use of Digital Technology to Support the Entrepreneurship Education Process. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(2). <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i2.203>