

**PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP *SIDE HUSTLE AFFILIATOR*
SEBAGAI PILIHAN KARIR DI ERA *GIG ECONOMY***



Disusun oleh:

KAYLA KEYSHA OKTORA

21211081

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

**PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP *SIDE HUSTLE AFFILIATOR*
SEBAGAI PILIHAN KARIR DI ERA *GIG ECONOMY***

PENELITIAN TERAPAN

**Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan jenjang Sarjana Terapan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**

**KAYLA KEYSHA OKTORA
21211081**

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

HALAMAN BEBAS PENJIPLAKAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Semua data, kutipan, dan referensi yang digunakan dalam laporan ini telah disebutkan sumbernya dengan jelas sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran berupa penjiplakan, saya bersedia menerima segala konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Agustus 2025

Penulis,



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow 3000 Rupiah postage stamp. The stamp features a red Garuda emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and 'CSBDSAMX 47087792'. The signature is written in a cursive style, with the letters 'K' and 'O' being particularly prominent.

Kayla Keysha Oktora

HALAMAN PENGESAHAN
PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP *SIDE HUSTLE AFFILIATOR*
SEBAGAI PILIHAN KARIR DI ERA *GIG ECONOMY*



Nama : Kayla Keysha Oktora
No. Mahasiswa : 21211081
Program Studi : Bisnis Digital

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
pada tanggal: 04 September 2025

Dosen Pembimbing

(Tri Lestari Wahyuning Utami, SE., M.Sc.)

**HALAMAN PENGESAHAN UJIAN
LAPORAN PENELITIAN TERAPAN**

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan untuk memenuhi syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan
Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

Nama : Kayla Keysha Oktora
NIM : 21211081
Program Studi : Bisnis Digital

Yogyakarta, 17 September 2025

Disahkan oleh:

Penguji 1: Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc.

Penguji 2: Dr. Maisaroh, S.E., M.Si.

()
()

Mengetahui

Ketua Program Studi

Bisnis Digital



(Arief Darmawan, S.E., M.M)

ABSTRACT

This study aims to explore how Generation Z perceives the profession of affiliators as a side hustle within the growing gig economy. The research background stems from the increasing popularity of flexible technology-based jobs, particularly among Generation Z, widely recognized as digital natives. This study employed a qualitative descriptive approach through in-depth interviews with ten informants from Generation Z who had prior experience as affiliators on digital platforms such as Shopee Affiliate, TikTok Affiliate, and Tokopedia ByMe. The data collected were analyzed using Cooper's model, which consists of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings reveal that the affliator profession is perceived as attractive due to its flexibility, potential for additional income, and opportunities for creative self-expression. However, most participants consider this work unsuitable as a primary career path because of unstable and unpredictable earnings. The study concludes that affliator activities are more often pursued as side hustles aligned with the digital lifestyle of Generation Z. This research is expected to contribute to the literature on the gig economy and serve as a reference for industries, educational institutions, and governments in understanding the career preferences of younger generations in the digital era.

Keywords : *Generation Z, Side Hustle, Affliator, Gig Economy*

KATA PENGANTAR

Dengan menjunjung tinggi kebesaran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sholawat serta salam tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, dan umatnya sehingga laporan penelitian yang berjudul **"PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP *SIDE HUSTLE AFFILIATOR* SEBAGAI PILIHAN KARIR DI ERA *GIG ECONOMY*"** dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar pada jenjang Sarjana Terapan program studi Bisnis Digital di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Penyelesaian laporan ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Arief Darmawan, S.E, M.M. selaku ketua program studi bisnis digital.
2. Ibu Tri Lestari Wahyuning Utami, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing penulis yang selalu memberikan semangat dan motivasi dibalik Tugas Akhir ini.
3. Ary Syahputra dan Rosniawati selaku Bapak dan Ibu kandung yang selalu memberikan do'a dan motivasi untuk selalu fokus dengan studi yang sedang ditempuh. Dukungan moral dan spiritual yang diberikan akan selalu diingat oleh penulis. Kasih, sayang, dan do'a penulis akan selalu menyertai.

4. Seluruh dosen program studi Bisnis Digital dan tendik yang telah memberikan pengajaran serta bimbingan yang berharga selama penulis menuntut ilmu di program studi Bisnis Digital FBE UII.
5. Ninggita, Fai, Ica, Sabrina, Rindjani, Kiya, Tiara, Naya, dan rekan-rekan seperjuangan penulis di program studi Bisnis Digital 21 yang telah memberikan banyak inspirasi dan pembelajaran yang berharga untuk penulis.
6. Raissa Kurnia, Rizqia Alby, dan Eliza Eka selaku sahabat perjuangan penulis selama masa KKN, yang selalu memberikan masukan dan motivasi dikala proses tugas akhir ini.
7. Kepada Wirayudha, Ade Dwi, Arselly, dan sahabat yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu sebagai pemberi motivasi yang besar disaat penulis membutuhkan.
8. Apresiasi kepada PARTYNEXTDOOR, Central Cee, dan Drake yang melalui karya-karyanya telah memberikan penulis semangat dan inspirasi selama menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Seluruh pihak narasumber yang ikut berkontribusi menjadi informan dalam penelitian ini. Tanpa bantuan dan dukungan mereka, penelitian ini tidak akan berjalan dengan lancar.
10. Keluarga dan kerabat yang tidak bisa dituliskan satu persatu dalam membantu perjuangan penulis selama menempuh studi ini, dan
11. Kepada insan yang tidak kalah pentingnya, Daniel Satrio Utomo Wahono, sebagai saksi hidup perjuangan penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini.

Terima kasih atas bimbingan dan kontribusi yang diberikan selama penulis menempuh studi.

Penulis berharap agar seluruh pihak yang terlibat dan memberikan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini senantiasa mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Penulis juga menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan kritik yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN BEBAS PENJIPLAKAN...Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.	
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Penelitian Ruang Lingkup	7
1.4 Tujuan Penelitian Terapan	8
1.5 Manfaat Penelitian Terapan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Generasi Z.....	10
2.2 <i>Gig economy</i>	12
2.3 <i>Side hustle</i>	13
2.4 <i>Affiliate Marketing</i>	15
2.5 Motivasi	17

2.6 Kerangka Teori	19
2.7 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Tipe Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	22
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
3.4 Metode Analisis Data	24
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Data	28
4.1.1 Data Narasumber	28
4.2 Hasil Dan Pembahasan	29
4.2.1 Persepsi Generasi Z terhadap <i>side hustle</i> affiliator sebagai pilihan karir di era <i>gig economy</i>	29
4.2.2 Motivasi Generasi Z Dalam Memilih <i>Side hustle</i> Sebagai <i>Affiliator</i> di Era <i>Gig economy</i>	35
BAB V KESIMPULAN	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 Data Narasumber	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Data Gen Z Memilih *E-commerce*..... 2

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Profil Seluruh Informan.....	46
Lampiran 2. Interview Guide	47
Lampiran 3. Transkrip Wawancara	49

BAB I

PENDAHULUAN

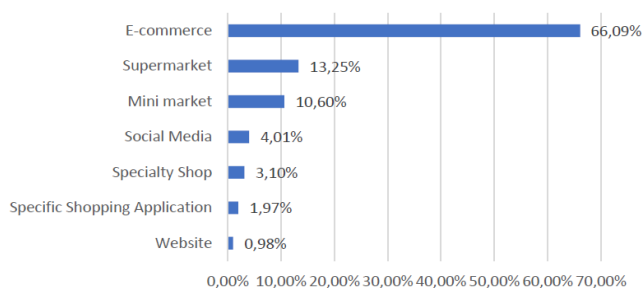
1.1 Latar Belakang

Bisnis memiliki lebih sedikit kebebasan untuk berkembang setelah fenomena pandemi yang terjadi sebelumnya, sehingga para pelaku bisnis perlu menemukan strategi yang tepat untuk memicu minat pelanggan terhadap produk mereka dan mendorong pembelian secara *online*. Untuk menggambarkan potensi pembelian konsumen di masa depan, pemasar harus memahami niat pembelian konsumen. Akibat dari fenomena yang sama, banyak pula orang yang harus kehilangan pekerjaannya akibat adanya PHK atau Pemutusan Hubungan Kerja yang terjadi besar-besaran pada Pandemi Covid-19 (Nugroho *et al.*, 2023).

Namun, perubahan zaman dan perkembangan teknologi digital telah melahirkan berbagai bentuk pekerjaan baru yang tidak lagi terikat pada sistem kerja tradisional (Rahman, 2022). Salah satu bentuk evolusi dunia kerja modern adalah munculnya *gig economy*, yaitu sistem ekonomi berbasis proyek jangka pendek atau pekerjaan fleksibel yang memanfaatkan teknologi sebagai perantaranya (Sya'ban *et al.*, 2025). Ekonomi *gig* dapat dipandang sebagai alternatif pekerjaan bagi mereka yang tidak menyukai pola bekerja tradisional kantoran dengan waktu kerja yang normatif. Dalam sistem *gig economy* ini, individu memiliki kebebasan untuk memilih pekerjaan sesuai dengan waktu, minat, dan kemampuan masing-masing. Pekerjaan seperti *driver online*, *content creator*, *freelance designer*, hingga *affiliator* menjadi bentuk nyata dari transformasi lapangan kerja di era digital (Permana *et al.*, 2022).

Fenomena ini menjadi dekat dengan Generasi Z, yaitu generasi yang lahir sekitar tahun 1996 hingga 2010. Menurut Hellen Chou, pengertian Generasi Z atau yang kemudian dikenal luas sebagai generasi digital adalah generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan yang sangat besar terhadap teknologi digital (Singh *et al.*, 2016). Hal ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, sangat mempengaruhi perkembangan perilaku, kepribadian, bahkan pendidikan dan hasil belajar bagi mereka yang masih berstatus sebagai pelajar. Dengan kata lain, generasi ini juga dikenal sebagai *digital native* karena sejak lahir sudah terbiasa dengan teknologi dan internet (Sembel *et al.*, 2023).

Hubungan kuat yang dimiliki oleh Gen Z dengan internet juga melahirkan kebiasaan aspek konsumsi baru, yakni mereka memiliki kecenderungan hebat terhadap aktivitas berbelanja secara *online* dibandingkan secara *offline* (Sullivan *et al.*, 2009). Hal ini dipengaruhi oleh kemudahan akses informasi, banyaknya pilihan produk, fleksibilitas waktu, hingga berbagai promo yang ditawarkan oleh platform *e-commerce*. Berdasarkan grafik data yang diperoleh dari (JEO Kompas, 2021), 66,09% Gen Z memilih *e-commerce* sebagai platform berbelanja.



Gambar 1.1

Grafik Data Gen Z Memilih *E-commerce*

Sumber JCO Kompas 2022

Namun dalam konteks pekerjaan, Gen Z memiliki kecenderungan untuk memilih jalur yang lebih fleksibel, tidak terlalu terikat waktu, dan memiliki nilai personal serta sosial yang tinggi sehingga menjadikan Gen Z adalah subjek yang tepat untuk tipe pekerjaan berbasis internet. Menurut Dolot (2018) pada penelitiannya yang melibatkan 1162 Generasi Z di Universitas Ekonomi Krakow menghasilkan lebih dari 70% responden Gen Z menyatakan bahwa fleksibilitas kerja menjadi faktor utama dalam memilih karir, mengalahkan gaji atau jenjang karir jangka panjang. Hal ini menjelaskan mengapa Gen Z sangat tertarik pada pekerjaan-pekerjaan di dalam ekosistem *gig economy*.

Salah satu pekerjaan yang kian populer di kalangan Gen Z adalah *affiliator*, *affiliator* sendiri berasal dari kegiatan *Affiliate marketing* yang dapat didefinisikan sebagai aktivitas himpunan yang dalam hal ini melibatkan sebuah organisasi, perusahaan tertentu, bahkan situs yang bertujuan untuk mendatangkan profit antar kedua belah pihak yang terlibat (Sya'ban *et al.*, 2025). Profit yang didapatkan harus melalui sebuah kesepakatan dengan melakukan aktivitas pengiklanan produk maupun layanan yang ditawarkan (Andriyanti *et al.*, 2022). Adapun sebutan untuk orang yang melakukan pengiklanan produk ini adalah *affiliator*. Apabila *affiliator* mampu mempengaruhi konsumen sehingga nantinya konsumen akan melakukan kunjungan pada sebuah *website* yang di iklankan, hingga pada tahap akhir konsumen akan melakukan sebuah transaksi pembelian berkat pengiklanan dari *affiliator*, maka *affiliator* akan mendapatkan sebuah komisi. Sederhananya, *Affiliate marketing* merupakan penawaran jasa pengiklanan yang dilakukan oleh seseorang untuk membantu memasarkan produk yang apabila

sampai pada tahap transaksi maka akan mendapatkan komisi (Husna, 2023). Hal ini tentu menguntungkan bagi pemasar dan pemilik produk. Karena pemilik produk akan dibantu oleh pemasar untuk menjualkan produknya begitu juga dengan pemasar, pemasar akan mendapatkan komisi dari barang yang berhasil di jual melalui link afiliasinya (Rahman, 2022).

Program afiliasi ini didukung oleh beberapa segmen platform seperti Shopee Affiliate, TikTok Affiliate, Tokopedia ByMe, dan beberapa segmen dari platform berbelanja lainnya. Fenomena ini menjadi pintu masuk dengan peluang yang tinggi untuk Gen Z mendapatkan penghasilan tambahan tanpa perlu modal besar, keterikatan kontrak, maupun *paperwork* yang bersifat resmi atau kemitraan. Lebih dari 70% peserta program Shopee Affiliate adalah anak muda berusia 18–25 tahun (Generasi Z) dan sebagian besar diantaranya menjadikan pekerjaan ini sebagai *side hustle* yang dijalankan bersamaan dengan kuliah atau pekerjaan utama lainnya, hal ini tentu mencerminkan keterlibatan aktif Gen Z dalam ekosistem digital dengan afiliasi marketing ini (Republika, 2023). Strategi pemasaran afiliasi ini juga tampaknya telah diterima dengan baik oleh konsumen Indonesia, terutama oleh mereka yang mengandalkan ulasan dari blog atau rekomendasi di media sosial sebagai sarana untuk menemukan merek (Statista, 2020). Menurut data yang diperoleh dari (Snapcart, 2023) mengenai tangga afiliasi marketing di Indonesia, Shopee Affiliate Program saat ini mendominasi peta persaingan program afiliasi di Indonesia. Sebesar 59% total pesanan yang dilakukan melalui tautan afiliasi berasal dari Shopee, menjadikannya platform dengan pangsa pasar transaksi (*share of orders*) tertinggi dibandingkan kompetitornya. Posisi ini jauh melampaui program

afiliasi lain seperti TikTok Affiliate Program yang mencatatkan 27%, diikuti oleh Tokopedia Affiliate Program sebesar 11%, dan Lazada Affiliate Program dengan kontribusi sebesar 2%. Keberhasilan hubungan antara *affiliator* dan platform dalam sistem *Affiliate marketing* dinilai sangat bergantung pada tercapainya hasil yang saling menguntungkan. *Affiliate marketing* pada dasarnya menawarkan potensi skema kerja sama yang bersifat *win-win solution* bagi kedua pihak. Bagi platform, strategi ini memberikan keuntungan berupa tim penjualan yang terfokus secara spesifik dengan biaya pemasaran yang lebih terukur dan dapat diprediksi. Sementara itu, bagi *affiliator*, kerja sama ini membuka peluang untuk memperoleh pendapatan tanpa perlu melakukan persediaan produk (Duffy, 2005)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ilham *et al.*, 2025) dihasilkan kesimpulan bahwa Gen Z telah memanfaatkan program seperti Shopee Affiliate sebagai sumber pendapatan tambahan, menjadikannya sebagai *side hustle* yang menjanjikan. Hal ini membantu narasumber pada penelitian tersebut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan taraf ekonominya. Oleh karena itu, a filiasi pada platform Shopee menjadi pilihan usaha sampingan yang menarik bagi anak muda di Pekanbaru yang ingin mendapat penghasilan tambahan. Selain berbasis full internet, Menurut (Agustin *et al.*, 2023). *Affiliate marketing* juga memiliki sejumlah keuntungan yang membuatnya menarik bagi banyak orang. Pertama, *affiliator* tidak perlu membuat produk sendiri karena hanya memasarkan produk milik pihak lain. Selain itu, tidak perlu menyimpan barang karena semua stok dikelola oleh pihak penjual. Proses pemesanan pun tidak menjadi tanggung jawab *affiliator*, sehingga tidak perlu terlibat dalam pengelolaan transaksi atau pengiriman

barang. Tugas layanan pelanggan juga sepenuhnya ditangani oleh pemilik produk, sehingga *affiliator* tidak perlu memberikan dukungan pelanggan. Pekerjaan ini dapat dilakukan secara mandiri tanpa memerlukan karyawan karena sistem *affiliate* dapat berjalan otomatis melalui berbagai platform digital. Menariknya lagi, *Affiliate marketing* tidak membutuhkan modal awal karena banyak program afiliasi yang bersifat gratis untuk diikuti. Terakhir, aktivitas ini bisa dilakukan di mana saja selama memiliki akses internet, dan memberikan fleksibilitas yang tinggi dalam proses kegiatannya.

Keberadaan pekerjaan ini bukan hanya menjadi aktivitas pengisi waktu semata, namun mulai dipertimbangkan oleh mereka sebagai pilihan karir berpotensi, terutama di tengah krisis pekerjaan formal, tingginya angka pengangguran usia muda, dan sebagai tambahan untuk mereka yang memiliki gaji dibawah rata-rata atau UMR. Menurut laporan (Badan Pusat Statistik, 2020), tingkat pengangguran terbuka (TPT) usia 15–24 tahun mencapai 37,68%, yang merupakan kelompok usia paling rentan dalam dunia kerja. Anggarini (2022) Hal ini mendorong banyak anak muda untuk mencari jalur alternatif, salah satunya adalah melalui pekerjaan berbasis internet seperti menjadi *affiliator*. Namun kenyataannya, pekerjaan sebagai *affiliator* masih sering dipandang rendah oleh masyarakat karena pekerjaan ini tidak memiliki struktur karir yang jelas, tidak stabil, serta dianggap tidak menjanjikan secara jangka panjang. Nyatanya menurut penelitian yang dilakukan oleh Adriana *et al.*, (2023) banyak Gen Z yang mampu menghasilkan pendapatan yang kompetitif bahkan lebih tinggi dari UMR melalui aktivitas afiliasi pada produk digital.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dikaji adalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi Generasi Z terhadap profesi *affiliator* sebagai pekerjaan sampingan (*side hustle*) di tengah perkembangan *gig economy*?
2. Bagaimana motivasi Generasi Z dalam memilih pekerjaan sampingan (*side hustle*) sebagai *affiliator*?

1.3 Batasan Penelitian Ruang Lingkup

Penelitian ini dibatasi pada kajian mengenai persepsi Generasi Z terhadap profesi sebagai *affiliator* yang dijalankan sebagai pekerjaan sampingan (*side hustle*) dalam konteks *gig economy*. Fokus utama penelitian ini adalah pada bagaimana Gen Z menilai fleksibilitas, penghasilan, serta daya tarik pekerjaan *affiliator* sebagai salah satu alternatif pilihan karir Generasi Z di era digital. Penelitian ini tidak membahas aspek selain poin yang disebutkan. Aspek-aspek lain seperti strategi pemasaran yang digunakan dalam proses afiliasi ataupun algoritma platform *e-commerce* tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini.

Objek penelitian ini terbatas pada individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1996 hingga 2010, dan memiliki pengalaman menjadi *affiliator* pada platform digital seperti Shopee Affiliate, TikTok Affiliate, Tokopedia ByMe, atau platform berbelanja sejenis lainnya. Dengan adanya batasan ini, penelitian diharapkan dapat lebih terarah dan mendalam dalam mengkaji bagaimana persepsi, pandangan, serta motivasi Generasi Z dalam melihat pekerjaan sebagai *affiliator*, khususnya ketika dijadikan sebagai *side hustle*

atau pekerjaan sampingan di tengah era *gig economy*. Batasan ini juga dibuat untuk menghindari pelebaran bahasan ke aspek lain yang tidak relevan, misalnya pengalaman generasi lain atau pekerjaan di luar aktivitas afiliasi digital. Dengan batasan-batasan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih jelas, fokus, dan terperinci dengan tujuan awal penelitian, yaitu memahami bagaimana persepsi Generasi Z terhadap profesi *affiliator* sebagai alternatif pilihan karir di era *gig economy*.

1.4 Tujuan Penelitian Terapan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi Generasi Z terhadap profesi *affiliator* sebagai pekerjaan sampingan (*side hustle*) dalam konteks perkembangan *gig economy*. Secara spesifik, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis persepsi Generasi Z terhadap pekerjaan *affiliator* sebagai *side hustle* di era *gig economy*.
2. Menganalisis motivasi Generasi Z dalam memilih pekerjaan sampingan (*side hustle*) sebagai *affiliator*.

1.5 Manfaat Penelitian Terapan

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan digital dan perilaku kerja generasi muda di era *gig economy*. Khususnya, hasil penelitian ini dapat

memperkaya literatur mengenai persepsi Generasi Z seperti penulis terhadap pekerjaan non-konvensional dan non-tradisional seperti *affiliator*, serta membantu akademisi dalam memahami preferensi karir dan menganalisis motivasi generasi *digital native* terhadap bentuk pekerjaan fleksibel berbasis teknologi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai persepsi dan motivasi yang mendorong Generasi Z untuk memilih pekerjaan seperti *affiliator*, baik dari segi fleksibilitas waktu, potensi finansial, maupun kebebasan dalam berkarya.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh platform *e-commerce* seperti Shopee, TikTok, dan Tokopedia sebagai dasar dalam merancang program afiliasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan minat Generasi Z. Selain itu, platform belanja tersebut juga dapat mempertimbangkan untuk menyelenggarakan pelatihan atau program uji coba yang mendukung pengembangan keterampilan seperti pemasaran digital, literasi digital, dan analisis data bagi Generasi Z yang tertarik menjadikan *affiliator* sebagai pekerjaan sampingan atau *side hustle*. Penelitian ini juga diharapkan dapat membuka wawasan bagi Generasi Z dalam melihat profesi *affiliator* tidak hanya sebagai sumber penghasilan tambahan, tetapi juga sebagai peluang karir yang potensial di era *gig economy*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Generasi Z

Menurut Sya'ban *et al.*, (2025) generasi adalah sekelompok orang yang mengidentifikasi kelompok berdasarkan tahun lahir, usia, tempat tinggal, dan peristiwa dalam kehidupan yang memiliki pengaruh besar pada fase pertumbuhan (Agustin *et al.*, 2023). Codrington menyempurnakan teori ini melalui teori generasinya, ada lima generasi manusia yang berbeda, masing-masing ditentukan oleh tahun kelahiran tertentu (Fotaleno *et al.*, 2024). Dimulai dengan generasi *baby boomer* (mereka yang lahir antara tahun 1946 dan 1964), generasi X (mereka yang lahir antara tahun 1965 dan 1980), generasi Y (mereka yang lahir antara tahun 1981 dan 1995), generasi Z (mereka yang lahir antara tahun 1996 dan 2010), *iGeneration* (umumnya dikenal sebagai generasi internet), dan generasi alpha (mereka yang lahir antara tahun 2011 dan 2025). Setiap dari kelima generasi tersebut memiliki pola perkembangan manusia yang unik. Sementara teori Andrea *et al.*, (2016) menunjukkan masuknya Generasi Z didalam kelompok generasi dengan klasifikasi berdasarkan tahun kelahiran, yang dibagi ke dalam beberapa kelompok generasi. Mereka yang lahir antara tahun 1925 hingga 1946 dikenal sebagai generasi veteran. Lalu, individu yang lahir pada rentang tahun 1946 hingga 1960 termasuk dalam kelompok baby boom generation. Generasi yang lahir antara tahun 1960 hingga 1980 dikategorikan sebagai generasi X, sementara mereka yang lahir dari tahun 1980 hingga 1995 termasuk dalam generasi Y atau yang juga dikenal sebagai generasi milenial. Adapun individu yang lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2010

termasuk dalam generasi Z, yaitu kelompok generasi yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Sementara itu, mereka yang lahir setelah tahun 2010 hingga saat ini dikategorikan sebagai generasi alfa.

Dalam penelitian yang sama, Andrea *et al.*, (2016) memiliki konklusi bahwa Generasi Z memiliki norma dan pola perilaku yang cukup berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Gaya komunikasi mereka yang baik dalam bentuk bahasa, istilah populer, maupun ekspresi sehari-hari sering kali terdengar asing bagi generasi yang lebih tua, sehingga menciptakan jarak komunikasi antar generasi. Gen Z juga tumbuh di era digital, mereka sangat terbiasa dan merasa nyaman berada dalam ekosistem teknologi. Mereka cenderung terus-menerus terhubung dengan berbagai perangkat digital, dan menjadikan dunia virtual sebagai bagian integral dari aktivitas sehari-hari. Penelitian yang dilakukan Andrea juga menemukan bahwa Generasi Z menunjukkan kecenderungan individualistik, selalu terhubung secara virtual, dan kurang memiliki komitmen jangka panjang dalam konteks kerja. Penelitian oleh Singh *et al.*, (2016) memperkuat temuan tersebut, mereka menyebut Generasi Z sebagai generasi yang unik, sangat melek teknologi, dan memiliki gaya komunikasi yang informal, langsung, serta sangat personal. Dalam konteks sosial dan pekerjaan, Gen Z menunjukkan preferensi terhadap lingkungan yang dinamis, digital, dan fleksibel, sesuai dengan gaya hidup mereka yang terbentuk sejak usia dini.

2.2 *Gig economy*

Gig economy menurut Kiki Yuliati, M.Sc selaku Direktur Jenderal Pembelajaran dan Kemahasiswaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia bahwa *gig economy* merupakan segmen ekonomi jasa yang berbasis pada pekerjaan yang fleksibel, temporer, atau lepas, yang seringkali melibatkan penghubung antara klien dan pelanggan melalui platform *online* (Nugroho *et al.*, 2023). Artinya, Segmen ekonomi jasa yang didasarkan pada pekerjaan yang fleksibel, sementara, atau lepas, seringkali melibatkan penghubung antara klien dan pelanggan melalui platform *online*. Definisi ini mencakup beberapa kata kunci penting dari beberapa karakteristik *gig economy*, yaitu jenis pekerjaan yang bersifat paruh waktu dan fleksibel, temporer, *freelance* dan umumnya kolaborasi yang mengikat berbasis platform *online* sehingga bersifat lintas batas geografis dan umumnya melibatkan Gen Z yang kerap akrab dengan platform tersebut (Dolot, 2018). Disebutkan juga oleh bahwa *Gig economy* merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari ekonomi digital dimana salah satu cirinya adalah adanya perpindahan pekerjaan atau *gig economy* yang merupakan salah satu ciri kuat dari masyarakat digital dan masyarakat informasi (Stanford, 2017).

Dalam artikelnya yang berjudul *The Resurgence of Gig Work: Historical and Theoretical Perspectives*, Stanford (2017) mengemukakan lima ciri utama dari ekonomi gig berdasarkan hasil penelitiannya. Pertama, pekerjaan dalam ekonomi gig umumnya dilakukan berdasarkan permintaan klien. Kedua, kompensasi atau bayaran diberikan berdasarkan hasil pekerjaan, yang diukur dari output atau keluaran kerja, bukan dari jumlah jam kerja yang dihabiskan. Ketiga, pekerja dalam

sistem ini diharuskan untuk menyediakan sendiri alat produksi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaannya. Keempat, terdapat peran mediator yang menjembatani antara pekerja dan klien. Kelima, peran mediator tersebut dijalankan oleh platform digital yang tidak hanya menghubungkan kedua belah pihak, tetapi juga melakukan supervisi terhadap proses kerja serta memfasilitasi transaksi pembayaran (Stanford, 2017). Dengan kelima ciri tersebut, dapat terlihat bahwa kemunculan ekonomi gig bukan hanya didorong oleh teknologi internet dan munculnya perusahaan aplikasi perantara.

Artikel yang ditulis oleh Gandini (2019) dengan judul *Labour Process Theory and the Gig economy* juga memperkuat argumen tersebut dengan hasil dari penelitiannya mengenai kasus permintaan pekerjaan di *gig economy* dapat bersifat global atau lokal, dan tugas yang dilakukan oleh pekerja dapat berbasis digital atau dilakukan sebagai aktivitas fisik yang sebenarnya. Namun, dalam kasus apa pun, persamaannya adalah adanya mediator platform yang memungkinkan pertemuan antara penyewa dan pekerja, dan dengan demikian membangun hubungan kerja yang tidak standar dengan pekerja, secara mandiri.

2.3 Side hustle

Side hustle merujuk pada aktivitas pekerjaan tambahan di luar pekerjaan utama, yang bertujuan untuk menambah penghasilan atau memenuhi kebutuhan finansial tertentu. Istilah ini pertama kali populer di Amerika Serikat pada tahun 1950-an, digunakan untuk mendeskripsikan pekerjaan sampingan yang dilakukan oleh kelas pekerja guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Wong *et al.*, 2020).

Namun, konsep *side hustle* mengalami transformasi signifikan pada dekade 2010-an, seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, media sosial, dan platform *digital* berbasis teknologi. Istilah ini menjadi semakin umum digunakan saat generasi muda, khususnya Generasi Y dan Z, mulai mengadopsi cara kerja yang lebih fleksibel dan tidak terikat secara struktural, seperti menjadi *content creator*, *dropshipper*, *affiliator*, hingga *freelance digital*.

Dalam konteks *gig economy*, *side hustle* dipahami sebagai bentuk kerja fleksibel yang dilakukan secara mandiri, biasanya berbasis platform digital, dan tidak terikat oleh struktur kerja formal. Menurut Taylor *et al.*, (2023), *side hustle* menjadi salah satu pilihan paling realistis bagi para pekerja rentan di tengah ketidakpastian ekonomi, terutama saat pandemi COVID-19. Para pekerja yang kesulitan mengakses jaminan sosial atau bantuan formal dari negara cenderung menjadikan pekerjaan digital berbasis platform sebagai solusi pragmatis untuk bertahan hidup. Dengan kata lain, *side hustle* berfungsi sebagai jaring pengaman alternatif ketika sistem perlindungan sosial formal tidak dapat diandalkan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bates *et al.*, (2019) menekankan bahwa pekerjaan seperti menjadi pengemudi ojek *online*, kurir, atau afiliator produk melalui media sosial adalah contoh nyata dari *side hustle* yang berkembang dalam ekonomi platform. Dijelaskan bahwa meskipun pekerjaan ini tidak memiliki jaminan keamanan kerja dan bersifat sementara, banyak individu tetap menjalaninya karena fleksibilitas waktu, kemudahan akses, dan potensi penghasilan langsung yang ditawarkan. Bahkan, bagi sebagian individu, *side hustle* bukan hanya sekadar

pekerjaan sampingan, tetapi juga menjadi langkah awal menuju usaha mandiri yang lebih besar (Gandhi *et al.*, 2018).

Namun, dalam perspektif yang lebih luas, *side hustle* menjadi simbol dari perubahan paradigma kerja generasi muda, khususnya Generasi Z. Generasi ini tumbuh di era digital dan terbiasa dengan fleksibilitas serta otonomi dalam bekerja sehingga menjadikan mereka lebih tertarik pada pekerjaan yang memberi kendali atas waktu, tempat, dan pendapatan dibandingkan pekerjaan formal yang mengikat. Oleh karena itu, dalam konteks *gig economy* yang terus berkembang, *side hustle* tidak lagi dianggap sebagai pelengkap, melainkan sebagai bentuk baru dari pilihan karir yang relevan dan berkelanjutan di era digital khususnya pada generasi tertentu seperti generasi Y dan generasi Z (Supratman *et al.*, 2024).

2.4 Affiliate Marketing

Affiliate marketing dapat didefinisikan sebagai salah satu bentuk pemasaran digital yang berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan meningkatnya aktivitas *e-commerce*. Model kerja *Affiliate marketing* ini berbasis kinerja, artinya seorang *affiliator* hanya akan memperoleh penghasilan ketika tindakan spesifik terjadi, seperti klik tautan, pendaftaran akun, atau pembelian produk. Konsep *Affiliate marketing* pertama kali berkembang di tahun 1996 saat perusahaan *e-mail* gratis Hotmail menerapkan metode penyebaran *link* berantai (*viral marketing*) yang kemudian diadaptasi oleh banyak bisnis digital. Strategi ini menjadi populer karena efisiensi dari sisi biaya pemasaran dan memiliki jangkauan luas melalui media sosial (Husna, 2023). Dalam konteks pemasaran digital saat ini,

model afiliasi telah berevolusi menjadi salah satu strategi pemasaran paling strategis, di mana peran affiliator menjadi sangat krusial dalam menjembatani konsumen dengan produk.

Istilah *Affiliate marketing* ini dekat dengan *affiliator*, merujuk pada individu yang mempromosikan produk atau jasa milik pihak lain dengan imbalan berupa komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan melalui tautan atau kode referensi miliknya (Husna, 2023). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Supratman (2024), seorang *affiliator* juga memanfaatkan daya tarik komunikasi rasional seperti ulasan produk yang informatif, detail harga, atau spesifikasi dan emosional, misalnya dengan membagikan pengalaman pribadi atau membangun narasi visual yang menarik melalui konten media sosial. Kemampuan untuk menciptakan interaksi yang autentik dan kredibel juga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan audiens terhadap produk yang dipromosikan oleh seorang *affiliator*. Selain itu, *affiliator* sering disamakan dengan *content creator* dan *influencer*, karena semuanya terlibat dalam penciptaan konten promosi. Namun, ada salah satu hal yang membedakan *affiliator* dengan pekerjaan penciptaan konten promosi lainnya yaitu adalah metode monetisasinya, yaitu melalui sistem komisi berdasarkan performa atau biasa disebut *Pay Per Sale*, *Pay Per Click* (Husna, 2023).

Di Indonesia, Shopee sebagai salah satu *e-commerce* terbesar mengembangkan Shopee Affiliate Program sebagai strategi pemasaran yang terbukti efektif, terutama dalam kategori produk *fashion* dan *beauty*. Data (Snapcart, 2023) menunjukkan bahwa 72% responden memilih program afiliasi

Shopee dibanding kompetitor lainnya, dan lebih dari 50% transaksi berasal dari tautan *affiliator*. Ini menunjukkan bahwa *affiliator* berperan besar dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan produk melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Berdasarkan data tersebut, *affiliator* bukan hanya berperan sebagai perpanjangan tangan promosi, tetapi juga sebagai mediator antara merek dan konsumen yang berperan aktif dalam membangun persepsi, minat beli, dan loyalitas konsumen. Dengan demikian, dalam konteks *gig economy*, peran *affiliator* sangat relevan sebagai alternatif pekerjaan yang fleksibel, berbasis digital, dan dapat dijalankan oleh generasi muda, khususnya Gen Z.

2.5 Motivasi

Motivasi didefinisikan sebagai proses yang mempengaruhi perilaku seseorang untuk mencapai tujuan atau sasaran (Sari *et al.*, 2021). Motivasi juga merupakan aktualisasi dari daya kekuatan dalam diri individu yang dapat mengaktifkan dan mengarahkan perilaku yang merupakan perwujudan dari interaksi terpadu (Prihartanta, 2015). Motivasi dapat berasal dari dalam diri sendiri (*intrinsic*) atau dari luar diri (*extrinsic*).

Motivasi intrinsik berasal dari kepuasan dan kesenangan yang diperoleh dari melakukan suatu tindakan. Motivasi ini memiliki motif aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu dengan dorongan dari dalam diri karena senang saat melakukannya. Yang berarti dengan motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam

diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. (Prihartanta, 2015). Sebaliknya, Motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar yang berasal dari reward atau konsekuensi yang diperoleh dari melakukan suatu tindakan.

Oleh karena itu motivasi ekstrinsik dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang didalamnya aktivitas belajar dimulai dan diteruskan berdasarkan dorongan dari luar yang tidak secara mutlak berkaitan dengan aktivitas belajar. Maka, orang yang memiliki hasrat tinggi dan antusias mencapai tujuan dianggap termotivasi. Menurut Sya'ban *et al.*, (2025) reward dalam motivasi dapat diklasifikasikan menjadi dua tipe, yaitu:

1. Reward ekstrinsik merujuk pada penghargaan yang berasal dari luar individu, seperti pemberian hadiah atau pengakuan, sedangkan reward intrinsik mengacu pada penghargaan yang muncul dari dalam diri individu, seperti rasa puas atau pencapaian pribadi. Reward ekstrinsik juga berasal dari faktor eksternal, seperti hadiah, pujian, atau penghargaan, dan bertujuan untuk memberikan dorongan langsung kepada individu.
2. Reward intrinsik berasal dari motivasi internal yang ada dalam diri seseorang dan berupa rasa puas, bangga, atau kebahagiaan yang dihasilkan dari pencapaian mereka. Reward intrinsik mengacu pada penghargaan yang muncul dari dalam diri individu, seperti rasa puas atau pencapaian pribadi.

Tujuan pemberian reward adalah untuk memperkuat dan mengoptimalkan motivasi, baik yang bersumber dari dalam diri (intrinsik) maupun faktor eksternal (ekstrinsik). Hal ini berarti bahwa tindakan yang dilakukan siswa muncul

dari kesadaran dirinya sendiri. Sementara individu yang tidak memiliki dorongan atau inspirasi untuk mencapai tujuan dianggap tidak termotivasi (Sari *et al.*, 2021).

2.6 Kerangka Teori

Profesi *affiliator* merupakan salah satu bentuk pekerjaan yang berkembang pesat di era digital, terutama melalui platform *e-commerce* seperti Shopee, TikTok, dan Tokopedia. Seorang *affiliator* berperan sebagai perantara antara penjual dan konsumen dengan cara mempromosikan produk melalui media sosial atau media digital pribadi, kemudian memperoleh komisi dari setiap transaksi yang berhasil dilakukan melalui tautan yang mereka sebarkan (Husna, 2023).

Peran *affiliator* dalam konteks pemasaran digital menunjukkan adanya model kerja baru yang tidak menuntut keterikatan pada perusahaan tertentu, melainkan lebih menekankan pada kemampuan individu dalam memanfaatkan jaringan sosial, kreativitas konten, serta personal branding untuk mendorong penjualan produk. Fenomena berkembangnya *affiliator* tidak dapat dipisahkan dari konteks *gig economy*, yaitu sebuah sistem ekonomi yang ditandai dengan pekerjaan berbasis proyek, fleksibel, dan tidak terikat secara permanen dengan pemberi kerja (Gandini, 2019).

Profesi *affiliator* menjadi salah satu representasi nyata dari *gig economy*, di mana pekerja berorientasi pada hasil (*outcome-based*) dengan sistem penghasilan berbasis komisi. Adanya aktivitas sebagai *affiliator* juga erat kaitannya dengan konsep *side hustle*, yaitu pekerjaan sampingan yang dilakukan untuk menambah

penghasilan di luar pekerjaan utama. Dalam konteks penelitian ini, *affiliator* dipandang sebagai bentuk *side hustle* yang relevan bagi Generasi Z karena mampu memberikan ruang untuk bereksprosi, mengasah kreativitas digital, sekaligus menghasilkan penghasilan tambahan.

Dengan demikian, hubungan antara *affiliator*, *gig economy*, dan *side hustle* menunjukkan adanya pola kerja baru yang merepresentasikan dinamika ekonomi digital saat ini, di mana pekerjaan fleksibel, berbasis platform, dan bersifat tambahan semakin diminati oleh generasi muda.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Robby Aprilo Ilham, Nur Safika, Reza Silvia Anggraini, Salma Al Atsyari, dan Fitri Ayu Nofirda	Analisis Penggunaan Program Shopee Affiliate sebagai <i>Side hustle</i> Kalangan Gen Z di Pekanbaru	Penelitian ini menunjukkan bahwa program Shopee Affiliate menjadi alternatif pekerjaan sampingan yang cukup menjanjikan bagi kalangan Generasi Z di Pekanbaru. Melalui platform digital seperti Shopee Live, Shopee Video. Penelitian ini juga menegaskan bahwa keterlibatan dalam program afiliasi memberi dampak positif terhadap produktivitas ekonomi Gen Z di era digital.	-Pemanfaatan Shopee Affiliate sebagai <i>side hustle</i> di Pekanbaru -Penelitiannya spesifik pada Aplikasi Shopee & wilayah Pekanbaru

No.	Penelitian	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
2.	Desy Tri Anggarini	Generation Z and Millennial Perspectives to Become Entrepreneurs in the Era of <i>Gig economy</i>	Penelitian ini mengungkapkan bahwa Generasi Z dan Milenial di Indonesia memiliki kecenderungan kuat untuk memilih jalur karir yang lebih mandiri dan fleksibel di era <i>gig economy</i> . Berdasarkan survei terhadap 130 mahasiswa UBSI Jakarta, ditemukan bahwa 47,7% responden lebih memilih membangun bisnis sendiri, 28,4% memilih menjadi freelancer, dan 23,8% mencari pekerjaan di perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian ini adalah Gen Z dan Milenial untuk menjadi wirausaha dalam konteks <i>gig economy</i>. - Penelitian berbasis pada orientasi wirausaha dan fleksibilitas karir.
3.	Muhammad Yorga Permana, Nabiyla Risfa Izzati, dan Media Wahyudi Askar	Measuring the <i>Gig economy</i> in Indonesia : Typology, Characteristics, and Distribution	Penelitian ini merupakan kajian pionir yang berupaya mengukur secara komprehensif karakteristik, distribusi, dan tipologi pekerja <i>gig</i> di Indonesia. Dengan memanfaatkan data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) tahun 2019 dari BPS, peneliti menemukan bahwa 430 ribu hingga 2,3 juta orang bekerja di sektor <i>gig economy</i> sebagai pekerjaan utama mereka.	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian bersifat kuantitatif deskriptif berbasis data Sakernas (BPS). - Mengukur jumlah, distribusi, dan karakteristik pekerja <i>gig</i> di Indonesia.

No.	Penelitian	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
4.	Dinar Ayu Chandra Agustin, Djuhriah Ashri, dan Sugeng Wahjudi	Shopee Affiliate Viral Marketing's Effect on Generation Z Buying Interests in Purchasing Fashion Products on Shopee	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh viral marketing dari program Shopee Affiliate terhadap minat beli Generasi Z dalam pembelian produk fashion melalui platform TikTok. Melalui pendekatan kuantitatif dengan teknik non-probability sampling, hasil penelitian menunjukkan bahwa viral marketing Shopee Affiliate memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli Gen Z, dengan kontribusi sebesar 74,3%.	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian berfokus pada aplikasi Shopee dengan segmen Shopee Affiliate - Metode penelitian menggunakan kuantitatif (uji korelasi, regresi)
5.	Nurul Azmi, Tri Afriyani, dan Dewi Kurniaty	The Influence of TikTok Affiliate Digital Marketing Strategy on Generation Z Purchase Intentions in Jakarta, Indonesia	Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi digital marketing melalui TikTok Affiliate memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi pembelian Generasi Z di Jakarta, khususnya melalui dua variabel utama yaitu <i>social impact</i> dan <i>consumer feedback</i> . Dari total 132 responden, mayoritas menyatakan bahwa keputusan pembelian mereka sangat dipengaruhi oleh rekomendasi dari orang-orang terdekat seperti teman atau keluarga serta ulasan positif dari konsumen sebelumnya.	<ul style="list-style-type: none"> - Pengaruh strategi TikTok affiliate terhadap niat beli Gen Z di Jakarta - Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, dengan uji regresi dan validitas

Sumber: Penulis (2025)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam bagaimana Generasi Z memaknai profesi *affiliator* sebagai pilihan karir di era *gig economy*. Menurut Patonah et al., (2023) penelitian kualitatif merupakan metode yang memfokuskan pada penggunaan narasi atau kata-kata dalam menggambarkan dan menjelaskan makna di balik fenomena sosial tertentu. Pendekatan ini juga menekankan pada pengumpulan data yang mendalam dan deskriptif, serta analisis yang dapat memahami makna dan interpretasi pengalaman tiap individu. Pendekatan ini juga menekankan pada pengumpulan data yang bersifat mendalam dan deskriptif, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai pengalaman responden. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam menggali persepsi, pengalaman, serta interpretasi dari subjek penelitian. Pemilihan pendekatan ini dilakukan karena memungkinkan eksplorasi lebih luas terhadap pemahaman subjektif dan nilai-nilai personal yang dimiliki oleh individu terkait profesi *affiliator* sebagai bentuk pekerjaan fleksibel di era *gig economy*. Dengan demikian, peneliti dapat menangkap nilai-nilai personal, interpretasi subjektif, dan pandangan individual yang berkaitan dengan profesi *affiliator*. Untuk mempermudah dan mengetahui sejauh mana informasi yang diberikan oleh informan pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa tahap dalam menganalisis seperti:

1. Menyusun instrumen wawancara berdasarkan aspek-aspek yang berkaitan dengan persepsi Generasi Z terhadap profesi *affiliator*, meliputi fleksibilitas kerja, motivasi, pengalaman pribadi, serta pandangan terhadap prospek karir di era *gig economy*.
3. Melakukan wawancara mendalam dengan informan yang merupakan Generasi Z dan memiliki pengalaman sebagai *affiliator* pada platform digital seperti Shopee Affiliate, TikTok Affiliate, atau platform sejenis.
4. Mendokumentasikan hasil wawancara dalam bentuk transkrip, termasuk kutipan langsung dari informan yang relevan untuk mendukung analisis.
5. Menganalisis hasil data wawancara yang telah dilakukan. Langkah-langkah ini dilakukan agar proses penelitian dapat berjalan secara sistematis, terarah, dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Suriani *et al.*, (2023), *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel di mana peneliti secara spesifik memilih subjek berdasarkan kriteria tertentu. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu masalah, bukan untuk menggeneralisasi hasil penelitian ke seluruh populasi. Penelitian berfokus pada karakteristik tertentu yang dianggap penting, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih spesifik. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh individu dari Generasi Z yang memiliki pengalaman menjalani profesi sebagai *affiliator*, baik melalui platform Shopee Affiliate, TikTok Affiliate, Tokopedia Affiliate, maupun platform digital lainnya.

Populasi tersebut mencakup individu yang lahir antara tahun 1996 hingga 2010, sesuai dengan batasan usia Generasi Z yang dikemukakan menurut Schmidt, yang juga aktif maupun pernah melakukan kegiatan afiliasi produk secara daring. Sampel dalam penelitian ini diambil dari populasi dengan kriteria tertentu, yaitu :

1. Individu yang berpartisipasi merupakan bagian dari Generasi Z (lahir antara tahun 1996–2010)
2. Memiliki pengalaman minimal satu bulan menjadi *affiliator* aktif di platform belanja digital
3. Bersedia menjadi partisipan dalam wawancara mendalam untuk keperluan penelitian ini

Teknik ini dipilih karena peneliti secara khusus menentukan narasumber yang sesuai dengan kriteria penelitian, yaitu individu dari Generasi Z yang memiliki pengalaman sebagai *affiliator*. Dengan *purposive sampling*, data yang diperoleh bisa lebih fokus dan relevan dengan tujuan penelitian.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan segala bahan atau informasi yang telah disediakan oleh alam dan harus dicari lalu dipilih dan dikumpulkan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini terdapat sumber data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh langsung dari partisipan melalui teknik wawancara secara mendalam. Data tersebut dikumpulkan melalui sesi wawancara untuk memahami secara komprehensif pengalaman serta perspektif masing-masing individu yang menjadi partisipan penelitian.

Untuk memastikan validitas dan keakuratan data yang diperoleh, penelitian ini menggunakan pendekatan triangulasi sumber. Pendekatan ini dilakukan dengan cara membandingkan informasi dari berbagai narasumber dengan langkah-langkah meliputi mengumpulkan data dari beberapa narasumber yang sesuai dengan kriteria penelitian membandingkan jawaban antar narasumber untuk menemukan pola atau perbedaan, dan menarik kesimpulan berdasarkan konsistensi informasi yang diperoleh. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti. Dalam mengumpulkan data, perlu adanya teknik pengumpulan data yang tepat. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) dengan narasumber yang merupakan bagian dari Generasi Z dan memiliki pengalaman sebagai *affiliator* pada platform digital seperti TikTok Affiliate, Shopee Affiliate, Tokopedia ByMe, atau aplikasi serupa. Wawancara mendalam dipilih karena mampu menggali informasi secara lebih luas dan rinci mengenai pandangan, motivasi, serta pengalaman narasumber dalam menjalani profesi sebagai *affiliator*.

3.4 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Menurut Rusandi *et al.*, (2021) peneliti merupakan instrumen kunci, sehingga peneliti tersebut yang dapat mengukur ketepatan dan ketercukupan data serta kapan pengumpulan data harus berakhir. Peneliti sendiri pula yang menentukan informan yang tepat untuk diwawancarai, kapan dan dimana wawancara dilakukan. Metode ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan

secara mendalam persepsi Generasi Z mengenai profesi *affiliator* sebagai pilihan karir dalam konteks *gig economy*. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap. Pertama, data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara mendalam (*In-Depth Interview/IDI*) kepada sepuluh narasumber yang telah memenuhi kriteria penelitian. Lalu, hasil wawancara direkam untuk menjaga akurasi informasi. Selanjutnya, rekaman wawancara ditranskripsikan agar mempertahankan keaslian data dan meminimalkan bias peneliti. Ketiga, data yang telah ditranskripsikan disusun dan diorganisasikan secara sistematis ke dalam bentuk narasi. Penyajian ini bertujuan agar data lebih mudah dipahami serta dapat memperlihatkan pola, tema, maupun kecenderungan yang muncul dari jawaban partisipan. Keempat, seluruh data yang telah tersusun kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan realitas berdasarkan pandangan narasumber.

Data hasil wawancara kemudian akan dikategorikan untuk memetakan bagaimana persepsi Generasi Z terhadap potensi penghasilan dari profesi *affiliator* di era digital, sekaligus menilai sejauh mana pekerjaan ini dapat menjadi alternatif pilihan karir yang relevan dalam konteks *gig economy*. Proses analisis dilakukan melalui metode analisis data mengacu pada model (Cooper *et al.*, 2014). Proses analisis dilakukan secara berurutan melalui tiga tahap utama, yaitu:

1. Reduksi Data

Data hasil wawancara mendalam dari sepuluh narasumber ditranskripsikan, kemudian dipilah untuk menyoroti informasi yang relevan dengan fokus penelitian, yakni persepsi Generasi Z terhadap profesi *affiliator*. Reduksi data

dilakukan untuk menyederhanakan, mengorganisir, serta menyeleksi data penting agar mudah dipahami.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, maupun grafik sederhana. Penyajian ini bertujuan untuk memperlihatkan pola, tema, dan hubungan antar jawaban narasumber, sehingga memudahkan dalam menginterpretasikan temuan.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan sementara dari data yang telah disajikan, kemudian memverifikasi dengan membandingkan kembali seluruh informasi yang ada. Proses ini dilakukan untuk memastikan keabsahan data serta menghasilkan gambaran komprehensif tentang bagaimana Generasi Z memaknai profesi affilior sebagai alternatif pilihan karir di era *gig economy*.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Data

Dalam proses mendapatkan data melalui wawancara, banyak sekali masalah dan keterbatasan penelitian karena harus menyesuaikan waktu ketersediaan narasumber serta jarak yang ditempuh yang jauh cukup memakan banyak waktu dan biaya. Dari hasil perjuangan tersebut akhirnya diperoleh data narasumber sebagai berikut:

4.1.1 Data Narasumber

Tabel 4.1
Data Narasumber

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Platform Affiliasi	Lama menjadi Affiliator	Tanggal Wawancara
1.	RP	Laki-laki	22	Tiktok,	2 Tahun	19 Juni 2025
2.	W	Laki-laki	21	Tiktok & Shopee	1,5 Tahun	19 Juni 2025
3.	SS	Perempuan	23	Tiktok	3 Tahun	19 Juni 2025
4.	AL	Perempuan	21	Tiktok	6 Bulan	21 Juni 2025
5.	TO	Perempuan	22	Tiktok & Shopee	3 Tahun	21 Juni 2025
6.	S	Perempuan	19	Alfagift & Shopee	5 Tahun	22 Juni 2025
7.	TM	Perempuan	22	Tiktok	2 Tahun	22 Juni 2025
8.	JZ	Perempuan	22	Shopee	1 Tahun	23 Juni 2025
9.	IP	Laki-laki	24	Tiktok	6 Bulan	23 Juni 2025
10.	KS	Laki-laki	25	Shopee	1 Tahun	25 Juni 2025

Sumber: Penulis (2025)

Berdasarkan tabel di atas, dapat terlihat bahwa profil narasumber terdiri dari 10 orang, dengan komposisi 4 laki-laki dan 6 perempuan. Seluruh narasumber merupakan bagian dari Generasi Z yang menekuni profesi sebagai *affiliator* dalam

bentuk pekerjaan sampingan (*side hustle*). Mereka telah menjalani aktivitas *Affiliate marketing* dalam rentang waktu yang beragam, tergantung pada pengalaman masing-masing. Para narasumber ini dipilih melalui teknik *purposive sampling*, di mana setiap individu yang terlibat memenuhi kriteria tertentu sebagai seseorang yang telah merintis dan menjalankan peran sebagai *affiliator* secara aktif.

4.2 Hasil Dan Pembahasan

Pada sub-bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dari analisis deskriptif masing-masing variabel mengenai persepsi Gen Z dalam memilih *affiliator* sebagai *side hustle* di era *gig economy*. Bagian ini fokus membahas topik penelitian berdasarkan rumusan masalah yang sudah tertulis di bab 1 mengenai persepsi, dan motivasi Generasi Z terhadap profesi *affiliator* sebagai *side hustle* di era *gig economy*.

4.2.1 Persepsi Generasi Z terhadap *side hustle* affiliator sebagai pilihan karir di era *gig economy*

1. Persepsi Umum Generasi Z Terhadap *Affiliate Marketing*

Affiliate marketing merupakan salah satu bentuk pemasaran digital yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, terutama sejak kemunculan platform *e-commerce* dan media sosial yang aktif digunakan oleh generasi muda. Generasi Z sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era digital memiliki kedekatan yang tinggi dengan teknologi dan internet, menandakan mereka sebagai salah satu kelompok yang paling adaptif terhadap peluang kerja berbasis digital, termasuk profesi sebagai *affiliator*. Akan dibahas bagaimana persepsi Generasi Z

Dikomentari [M-1]: Pembahasan 4.2.1 dan 4.2.2 ada pertentangan hasil temuan, sebaiknya diulas dikaitkan dengan fenomena dll

terhadap *Affiliate marketing*, baik dari segi pemahaman mereka mengenai sistem kerja pada afiliasi.

“Menurut saya pekerjaan sebagai affiliator adalah mempromosikan produk atau jasa melalui platform digital untuk menarik minat konsumen dan mendapatkan komisi dari setiap penjualan.” (Hasil wawancara KS, 25 Juni 2025).

“Affiliate itu jadi kita mempromosikan suatu produk dari suatu brand, terus nanti kalau misalnya ada penghasilan atau ada yang beli dari apa yang kita promosiin, nanti kita dapat komisi atau imbalan dari brand tersebut.” (Hasil wawancara JZ, 23 Juni 2025).

Gambaran umum Generasi Z terhadap profesi *affiliator* dapat disimpulkan bahwa Generasi Z memiliki pemahaman yang serupa mengenai konsep dasar *Affiliate marketing*. Mereka sama-sama memahami bahwa peran utama seorang *affiliator* adalah mempromosikan produk maupun jasa milik suatu brand tertentu melalui platform digital, dengan tujuan untuk mendorong terjadinya transaksi pembelian. Selain itu, dapat disimpulkan juga bahwa Generasi Z menguasai pemahaman bahwa kompensasi atau imbalan yang diterima bersifat berbasis performa, dalam hal ini komisi akan diberikan jika promosi yang dilakukan berhasil menghasilkan penjualan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Husna (2023) yang menyatakan bahwa para *affiliator* juga sama akan mendapatkan sebuah keuntungan berupa komisi yang nantinya akan dibayarkan berkat jasanya dalam mengiklankan produk para penjual. Komisi yang didapatkan pun terbilang mengesankan dan bahkan kegiatan *Affiliate marketing* ini berpotensi menjadi lapangan pekerjaan yang relevan di era digitalisasi ini.

Generasi Z juga memiliki kesadaran yang baik terhadap mekanisme kerja sistem afiliasi, termasuk hubungan antara promosi, konsumen, dan hasil akhir

berupa komisi. Hal ini menjadi indikasi bahwa profesi *affiliator* dapat dipahami sebagai model kerja digital yang memiliki struktur, tujuan, dan sistem kerja yang jelas, terutama oleh mereka yang telah menjalankannya secara aktif.

“Kalau menurut saya pekerjaan sebagai afiliasi itu tuh mirip seperti jadi pemasar digital. Tapi lebih santai aja. Dan bisa disesuaikan juga nih dengan gaya pribadi kita. Kayak kita bantu promosi produk, lalu dapet komisi dari setiap pembeliannya.” (Hasil wawancara W, 25 Juni 2025).

Pandangan ini memperkuat bahwa profesi sebagai *affiliator* tidak hanya dilihat sebagai pekerjaan yang ringan atau informal, tetapi juga sebagai aktivitas pemasaran digital yang strategis. Ditekankan juga bahwa pekerjaan ini dirasa lebih santai dan fleksibel dibandingkan pekerjaan lain di bidang digital marketing pada umumnya. Hal yang menarik dari pernyataan tersebut adalah pandangan bahwa promosi pada *Affiliate marketing* dapat dilakukan dengan menyesuaikan gaya pribadi masing-masing individu, yang mencerminkan karakteristik Generasi Z yang cenderung mengekspresikan diri secara otentik, kreatif, dan sesuai dengan pola komunikasi serta karakteristik Generasi Z yang dikenal sebagai generasi *digital native*. Aktivitas sebagai *affiliator* ini mulai mendapat pengakuan sebagai bentuk pekerjaan yang memiliki kesamaan dengan praktik pemasaran digital secara profesional. Hal ini terlihat dari fungsi utama seorang *affiliator* yang mempromosikan produk kepada target audiens, lalu memperoleh komisi dari hasil penjualan. Dengan kata lain, terdapat pola kerja yang sejajar dengan digital marketing, meskipun dijalankan dalam format yang lebih sederhana dan fleksibel. Pola kerja *affiliator* sejalan dengan karakteristik *gig economy*, di mana pekerjaan dilakukan secara berbasis tugas (*task-based*) dengan kompensasi yang ditentukan dari hasil, bukan jam kerja tetap (Stanford, 2017). Hal ini menjadikan profesi

affiliator bukan sekadar alternatif sampingan, tetapi juga mencerminkan transformasi paradigma kerja di kalangan generasi muda yang menempatkan keseimbangan antara produktivitas, fleksibilitas, dan ekspresi diri sebagai prioritas.

2. Fleksibilitas Waktu

Salah satu aspek yang menjadi daya tarik utama bagi Generasi Z dalam memilih profesi *affiliator* sebagai pekerjaan sampingan adalah fleksibilitas waktu. Berbeda dengan pekerjaan formal yang memiliki jadwal kerja tetap, pekerjaan sebagai *affiliator* memungkinkan individu untuk bekerja secara lebih bebas, baik dari segi waktu maupun tempat. Generasi Z memaknai fleksibilitas waktu dan kebebasan waktu yang ditawarkan sebagai pertimbangan penting dalam memilih *affiliator* sebagai *side hustle* di era *gig economy*.

“Iya betul fleksibel banget waktunya. Dimana aja, disela-sela waktu, terus juga tempatnya juga gak harus dateng gitu, terus jadwalnya juga kan fleksible. Gak harus pagi ke sore gitu yang kayak kerjaan tetap.” (Hasil wawancara RS, 29 April 2025).

“Bener, karena fleksibel itu, jadi alasan utama saya menjadi affiliator.” (Hasil wawancara KS, 25 Juni 2025).

“Menurut saya sih lebih fleksibel dibandingkan pekerjaan formal. Karena bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja.” (Hasil wawancara KS, 25 Juni 2025).

Fleksibilitas menjadi salah satu keunggulan utama yang dilihat Generasi Z dalam profesi *affiliator* di era *gig economy*. Kebebasan untuk bekerja kapan pun dan di mana pun menjadi daya tarik tersendiri dibandingkan pekerjaan formal yang lebih terikat waktu dan tempat. Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas waktu merupakan faktor penting yang memengaruhi minat Generasi Z dalam memilih pekerjaan *affiliator* sebagai *side hustle* mereka.

“Betul sekali. Jadi fleksibilitas ini memang jadi alasan utama saya untuk milih pekerjaan sampingan ini. Karena ya satu gak mengganggu waktu kuliah dan juga ya saya bisa tetap produktif untuk melakukan kegiatan yang biasa saya lakukan.” (Hasil wawancara W, 21 Juni 2025).

Fleksibilitas menjadi keunggulan utama yang dilihat Generasi Z dalam profesi *affiliator*. Dapat disimpulkan bahwa meskipun profesi *affiliator* dinilai menawarkan fleksibilitas waktu yang tinggi dan kebebasan dalam mengatur jam kerja. Hal ini menunjukkan bahwa bagi Generasi Z, fleksibilitas menjadi pertimbangan yang penting untuk mereka dalam memilih *side hustle* di era *gig economy*. Temuan ini selaras dengan penelitian Permana et al., (2022) yang menjelaskan bahwa ekonomi *gig* linear dengan semangat fleksibilitas dan kewirausahaan sehingga cocok dengan tren pekerjaan masa depan. Selain itu, ekonomi *gig* juga dinilai menjadi pilihan alternatif bagi Generasi Z yang tidak nyaman dengan pola kerja tradisional yang cenderung kaku, seperti sistem kantor dan pekerjaan formal pada umumnya.

Fleksibilitas inilah yang menjadikan profesi *affiliator* lebih dekat dengan gaya hidup Generasi Z, yaitu generasi yang dikenal dengan karakteristik digital native, kreatif, serta terbiasa menggunakan media sosial sebagai ruang untuk mengekspresikan identitas pribadi. Temuan ini juga diperkuat dengan penelitian (Anggarini, 2022) yang mengungkap bahwa Generasi Z cenderung memilih jalur karir mandiri di era *gig economy* karena mereka mengedepankan fleksibilitas serta peluang untuk mengatur secara mandiri ritme kerja mereka.

3. Kestabilan Penghasilan dan Kelanjutan Karir

Selain fleksibilitas waktu, aspek kestabilan penghasilan juga menjadi salah satu pertimbangan utama Generasi Z dalam memilih profesi. Beberapa narasumber

menyatakan bahwa profesi *affiliator* memang menawarkan kebebasan dan fleksibilitas yang menarik. Namun, Generasi Z tetap mempertimbangkan aspek kestabilan keuangan yang dihasilkan dari profesi ini, khususnya dalam jangka panjang, karena penghasilan sebagai *affiliator* dinilai kurang stabil dan sulit untuk diprediksi dibandingkan pekerjaan formal.

“Kalau affiliator kan lebih bebas dan nggak terikat jam kerja, tapi tidak ada jaminan pengasilan tetap seperti pekerjaan formal. Jadi ya ada plus dan minusnya juga.” (Hasil wawancara RP, 19 Juni 2025).

“Kalau menurutku afliator ini dia kan lebih ada dinamikanya dibandingkan pekerjaan kantor, karena kan kantor udah pasti, udah jelas gitu kan strukturnya, jadwalnya dan lain-lain. Pendapatannya juga kan lebih jelas ya kalau pekerjaan formal, kalau afilitor kan gak tentu gitu.” (Hasil wawancara TM, 22 Juni 2025).

Dapat disimpulkan bahwa Generasi Z cenderung melihat pekerjaan sebagai *affiliator* dan pekerjaan formal memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Pekerjaan sebagai *affiliator* dinilai lebih fleksibel dan dinamis, sesuai dengan gaya hidup digital saat ini, namun memiliki tantangan tersendiri berupa ketidakpastian dari segi penghasilan. Generasi Z beranggapan pekerjaan formal lebih menawarkan stabilitas pendapatan dan struktur kerja yang jelas, meskipun kurang fleksibel dalam hal waktu dan cara kerja. Hal ini tentu menunjukkan bahwa pilihan karir bagi Generasi Z sangat dipengaruhi oleh prioritas masing-masing individu.

“Afiliasi itu tuh lebih fleksibel dan menyenangkan. Tapi juga ya gak stabil sih. Kalau kerja di kantor kan ya ada gaji tetap. Tapi kalau misalnya afiliasi ya sangat bergantung pada performa kita.” (Hasil wawancara W, 19 Juni 2025).

Pernyataan diatas menggambarkan bahwa meskipun pekerjaan sebagai *affiliator* dinilai lebih fleksibel, aspek kestabilan penghasilan tetap menjadi

perhatian. Generasi Z menyadari bahwa penghasilan dari afiliasi sangat bergantung pada kinerja individu. Hal ini menunjukkan bahwa fleksibilitas dalam profesi *affiliator* belum sepenuhnya mampu menggantikan rasa aman finansial yang ditawarkan oleh pekerjaan formal dengan gaji yang tetap. Meskipun fleksibilitas menjadi nilai tambah yang signifikan, ketidakpastian dari penghasilan membuat beberapa Generasi Z mempertimbangkan ulang apakah profesi ini layak untuk dijalani dalam jangka panjang ataupun dijadikan sebagai pekerjaan utama. Oleh karena itu, penting untuk melihat bagaimana persepsi Generasi Z terhadap potensi kelanjutan karir sebagai *affiliator* ke depannya.

“Cuma karena penghasilan yang enggak menentu jadi belum bisa sih jadi pekerjaan utama.” (Hasil wawancara JZ, 23 Juni 2025).

“Menurut aku ya. kalau aku sih buat sekarang belum bisa sih ngelihatnya. Masih tetap bakal nyari pekerjaan tetap.” (Hasil wawancara SS, 19 Juni 2025).

Dapat disimpulkan bahwa meskipun profesi *affiliator* dinilai menawarkan fleksibilitas waktu yang tinggi dan kebebasan dalam mengatur jam kerja, namun peluang penghasilannya masih dianggap belum stabil untuk dijadikan sebagai pekerjaan utama. Sebagian besar narasumber memandang pekerjaan ini lebih cocok dijalani sebagai *side hustle*, sambil tetap mencari atau mempertahankan pekerjaan formal yang dapat memberikan pendapatan yang tergolong tetap.

4.2.2 Motivasi Generasi Z Dalam Memilih *Side hustle* Sebagai *Affiliator* di Era *Gig economy*

Generasi Z muncul sebagai kelompok yang dikenal masyarakat sebagai generasi adaptif dan inovatif dalam mencari peluang karir. Salah satu pilihan karir

yang semakin populer di kalangan mereka adalah profesi sebagai *affiliate*. Generasi Z dalam penelitian ini menjelaskan bahwa motivasi yang mereka dapat tidak hanya berkaitan dengan potensi penghasilan, tetapi mereka termotivasi dengan melihat beberapa *affiliate* yang sudah sukses dalam bidangnya dan memiliki kebebasan waktu dalam bekerja.

“Waktu pandemi itu banyak konten kreator yang terkenal-terkenal kayak mempromosikan produknya gitu. Nah dari situ kayak ada keranjang kuningnya gitu, terus kayak ada komisinya sekitar 5% sampai 10% di Shopee affiliate sama di TikTok. Jadi aku kayak tertarik, wah lumayan nih di era pandemi saat ini yang orang-orang sibuk kena PHK, kita ada tambahan bisa menjadi kayak affiliate lumayan lah komisinya ya Kak, sekitar 5% sampai 10%. Jadi lumayan tertarik lah.” (Hasil wawancara TO, 21 Juni 2025).

“Melihat banyak konten kreator yang bisa menghasilkan uang dengan hanya membagikan produk saja, menarik juga.” (Hasil wawancara RP, 19 Juni 2025).

Ketertarikan Generasi Z untuk menjadi *affiliate* muncul dari pengamatan terhadap kesuksesan *affiliate* lain dan melihat peluang komisi mereka yang cukup menarik, nyatanya beberapa dari *affiliate* tersebut menceritakan pengalamannya sebagai *affiliate* di era *gig economy*. Hal ini menjadikan *affiliate* bukan hanya sekadar pekerjaan sampingan, tetapi juga sebagai bentuk partisipasi aktif dalam ekosistem *gig economy* yang semakin berkembang, di mana teknologi menjadi penghubung utama antara pekerja dan peluang kerja. Dengan demikian, profesi *affiliate* tidak hanya menjadi sumber pendapatan tambahan, tetapi juga ruang untuk Generasi Z berinovasi dan mengeksplorasi dalam dunia digital yang semakin luas.

“Awalnya tuh gara-gara ngeliat influencer kayak kok gampang banget dapet uang. Terus kayak dari link-link yang mereka bagikan gitu kan, misalnya affiliate itu. Nah, terus saya pikir bahwa yang kayak wah kalau mereka bisa

“mungkin saya juga bisa gitu. Dan dari situ saya kepikiran untuk kayak ah nyoba afiliasi gitu.” (Hasil wawancara W, 19 Juni 2025).

“Ngeliat kayak seleb-nya sih, kayak orang-orang biasa aja, kayak cuma sekedar konten pakaian yang dia beli atau kayak semacam botol minum gitu. Lumayan dapet komisinya. Kayak bisa nambah-nambah uang jajan gitu lah. Jadi makin tertarik gitu.” (Hasil wawancara AL, 21 Juni 2025).

Pengamatan Generasi Z terhadap *affiliator* lain yang dinilai tampak mudah meraih pendapatan melalui afiliasi telah mendorong mereka untuk mencoba di bidang yang sama. Dari pernyataan diperoleh, terlihat jelas bahwa motivasi mereka tidak hanya didorong oleh potensi penghasilan, tetapi juga oleh inspirasi yang mereka dapatkan dari keberhasilan *affiliator* lainnya. Keyakinan bahwa jika orang lain bisa sukses, maka mereka juga memiliki peluang yang sama, menciptakan dorongan untuk mengeksplorasi dunia afiliasi. Analisis dari data ini menunjukkan bahwa Generasi Z termotivasi oleh gestur atau perilaku orang lain yang tidak lain merupakan figur publik yang aktif sebagai *affiliator*, memberikan inspirasi sekaligus motivasi untuk mencoba pekerjaan ini sebagai faktor pendorong utama mereka dalam memilih *side hustle* sebagai *affiliator*. Faktor ini juga menjadi salah satu pendorong utama karena Generasi Z cenderung responsif terhadap contoh langsung dan validasi dari lingkungan, terutama dalam mengambil keputusan terkait pilihan karir non-tradisional di era *gig economy*. Dengan demikian, Generasi Z cenderung menilai *Affiliate marketing* tidak hanya sebagai aktivitas komersial, melainkan juga sebagai wadah untuk membangun personal branding, mengembangkan kreativitas, dan memperkuat interaksi dengan audiens secara lebih personal.

Selaras dengan teori motivasi yang dikemukakan oleh Sari (2021), motivasi dengan kategori ekstrinsik dapat dipahami sebagai proses yang memengaruhi perilaku seseorang untuk mencapai tujuan tertentu melalui pengaruh dari luar atau lingkungan. Motivasi jenis ini kerap muncul karena adanya *reward* atau konsekuensi yang diperoleh dari suatu tindakan, sehingga aktivitas dilakukan bukan semata-mata karena kesadaran pribadi, melainkan didorong oleh faktor eksternal yang seringkali tidak berkaitan langsung dengan aktivitas tersebut. Motivasi yang muncul karena adanya reward yang bersifat materi ini sejalan dengan penemuan Sya'ban *et al.*, (2025) mengenai teori *reward* ekstrinsik yang merujuk pada penghargaan yang berasal dari luar individu, seperti pemberian hadiah atau pengakuan. Dalam konteks ini, narasumber yang memiliki dorongan kuat dan antusias dalam mencapai tujuan dianggap memiliki motivasi. Dapat dikatakan juga sebagai bentuk motivasi yang didalamnya aktivitas belajar dimulai dan diteruskan berdasarkan dorongan dari luar yang tidak secara mutlak berkaitan dengan aktivitas belajar.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Generasi Z memiliki persepsi yang sangat unik dan terhadap profesi *affiliator* sebagai side hustle dalam konteks *gig economy*. Secara umum, hampir semua narasumber memandang profesi ini sebagai pekerjaan yang menawarkan fleksibilitas tinggi, baik dari segi waktu maupun tempat bekerja. Generasi Z merasa bahwa pekerjaan sebagai *affiliator* memungkinkan untuk dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa terikat jam kerja yang kaku, berbeda dengan pekerjaan formal yang menuntut kehadiran pada jam-jam tertentu dan bersifat lebih mengikat. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi Generasi Z yang sangat menghargai kebebasan dalam mengatur ritme kerja sesuai dengan gaya hidup digital mereka. Namun, dibalik sisi fleksibilitas yang menjadi keunggulan utama pada pekerjaan ini, sebagian besar narasumber menilai bahwa profesi *affiliator* belum dapat sepenuhnya dijadikan pilihan karir utama. Ketidakpastian penghasilan menjadi alasan utama di balik persepsi ini. Beberapa narasumber menekankan bahwa penghasilan dari *Affiliate marketing* cenderung fluktuatif dan sulit diprediksi, dan sangat bergantung pada beberapa faktor seperti seberapa sering konten diunggah, banyaknya jumlah pengikut, dan jumlah komisi yang diberikan oleh perusahaan dengan produk yang mereka tawarkan sehingga belum cukup memberikan rasa aman jika dijadikan sumber pendapatan tetap.

Oleh karena itu, *affiliator* saat ini lebih sering diposisikan sebagai pekerjaan tambahan untuk mendukung penghasilan, sementara pekerjaan formal tetap dipandang oleh Generasi Z sebagai pilihan utama bagi sebagian besar responden karena menawarkan stabilitas dan kepastian pendapatan.

Sementara itu, motivasi Generasi Z dalam memilih profesi sebagai *affiliator* sebagian besar dipengaruhi oleh faktor ekstrinsik. Dari sisi ekstrinsik, dorongan utama datang dari *reward* berupa komisi yang didapat setiap kali terjadi transaksi melalui tautan afiliasi yang ditunjukkan oleh *affiliator* lainnya baik *influencer*, *content creator*, dan mereka yang memiliki pekerjaan sejenis. Hal ini menyatakan bahwa individu terdorong untuk berperilaku karena adanya insentif atau konsekuensi dari luar. Bagi Generasi Z, potensi penghasilan tambahan, meskipun fluktuatif, menjadi faktor penarik untuk menekuni profesi ini. Secara keseluruhan, Generasi Z tertarik pada profesi *affiliator* karena fleksibilitas, potensi penghasilan tambahan, dan inspirasi dari kesuksesan orang lain. Namun, ketidakpastian penghasilan membuat mereka cenderung menjadikannya sebagai *side hustle* dibanding pilihan karir utama, menunjukkan bahwa stabilitas finansial tetap menjadi faktor krusial dalam keputusan karir Generasi Z.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan analisis data mengenai persepsi Gen Z dalam memilih *affiliator* sebagai *side hustle* di era *gig economy*, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan.

- a. Bagi Industri *E-commerce* dan pemilik *brand* yang menjalankan program afiliasi seperti Shopee, TikTok Shop, dan Tokopedia, disarankan untuk terus mengembangkan sistem dukungan bagi para *affiliator*. Hal ini dapat dilakukan dengan menyediakan pelatihan digital marketing dan pengelolaan performa penjualan.
- b. Bagi Pemerintah diharapkan dapat mulai merancang regulasi atau kebijakan yang mendukung ekosistem kerja fleksibel di era *gig economy*, termasuk profesi *affiliator*. Hal ini mencakup perlindungan hukum, pengembangan kapasitas digital, serta dukungan terhadap kewirausahaan berbasis teknologi.
- c. Bagi Generasi Z Tingkatkan kompetensi digital marketing dan personal branding agar profesi *affiliator* tidak hanya sekadar hobi, tetapi bisa berkembang menjadi karir yang menjanjikan. Dan jadikan motivasi yang didapat sebagai pemicu positif dalam kegiatan di dunia digital pada era *gig economy*.
- d. Penelitian Selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah maupun demografi narasumber, agar diperoleh gambaran yang lebih beragam mengenai persepsi generasi lain terhadap profesi *affiliator*. Selain itu, penelitian lebih lanjut juga dapat mengkaji faktor-faktor lain seperti pengaruh media sosial, algoritma platform, dan branding personal terhadap keberhasilan seorang *affiliator*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriana, Y., & Syaefulloh, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Affiliate Marketing terhadap Purchase Decision melalui Online Customer Review Tas Perempuan di Shopee Affiliate (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Pekanbaru). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(6), 3993. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i6.2823>
- Agustin, D., Ashri, D., & Wahjudi, S. (2023). *Shopee Affiliate Viral Marketing's Effect on Generation Z Buying Interests in Purchasing Fashion Products on Shopee. January 2022*, 51–56. <https://doi.org/10.5220/0011875700003582>
- Al Haq, T. W., & Supratman, L. P. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Digital Affiliator Pemasaran Fashion dan Beauty di Shopee. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(5), 1806–1812. <https://doi.org/10.38035/rrj.v6i5.1006>
- Andrea, B., Gabriella, H. C., & Timea, J. (2016). Y and Z generations at workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), 90–106. <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Anggarini, D. T. (2022). Generation Z and Millennial Perspectives to Become Entrepreneurs in the Era of Gig Economy. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 10–26.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Tingkat pengangguran terbuka berdasarkan kelompok umur*. Badan Pusat Statistik.
- Bates, L. K., Zwick, A., Spicer, Z., Kerzhner, T., Kim, A. J., Baber, A., Green, J. W., & moulden, dominic t. (2019). *Gigs, Side Hustles, Freelance: What Work Means in the Platform Economy City/ Blight or Remedy: Understanding*

- Ridehailing's Role in the Precarious "Gig Economy"/ Labour, Gender and Making Rent with Airbnb/ The Gentrification of 'Sharing': From Bandit Cab t. *Planning Theory and Practice*, 20(3), 423–446.
<https://doi.org/10.1080/14649357.2019.1629197>
- Cooper, D., & Schindler, P. (2014). *The Twelfth Edition of Business Research Methods reflects a thoughtful revision of a market standard*. www.mhhe.com
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z. *E-Mentor*, 74, 44–50.
<https://doi.org/10.15219/em74.1351>
- Duffy, D. L. (2005). Affiliate marketing and its impact on e-commerce. *Journal of Consumer Marketing*, 22(3), 161–163.
<https://doi.org/10.1108/07363760510595986>
- Fauza Husna. (2023). Peran Affiliator Dalam Menarik Minat Belanja Konsumen. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 299–306.
<https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.135>
- Fotaleno, F., & Batubara, D. S. (2024). Fenomena Kesulitan Generasi Z dalam Mendapatkan Pekerjaan Ditinjau Perspektif Teori Kesenjangan Generasi. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(8), 3199–3208.
<https://doi.org/10.46799/jsa.v5i8.1513>
- Gandhi, A., Hidayanto, A. N., Sucahyo, Y. G., & Ruldeviyani, Y. (2018). Exploring People's Intention to Become Platform-based Gig Workers : AAn Empirical Qualitative Study. *2018 International Conference on Information Technology Systems and Innovation, ICITSI 2018 - Proceedings*, 266–271.
<https://doi.org/10.1109/ICITSI.2018.8696017>
- Gandini, A. (2019). Labour process theory and the gig economy. *Human Relations*, 72(6), 1039–1056. <https://doi.org/10.1177/0018726718790002>
- Ilham, R. A., Safika, N., Angraini, R. S., Atsyari, S. Al, & Ayu, F. (2025). Analisis Penggunaan Program Shopee Affiliate sebagai Sidehustle Kalangan Gen Z di Pekanbaru. 9, 2186–2189.

- JEO Kompas. (2021). *Menilik gaya Gen Z berbelanja*. JEO Kompas.
- Kezia Pearly Sembel, & Deliyana, S. (2023). Analisis Determinan Digital Financial Literacy : Perbandingan Generasi Z Dan Y. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 10(2), 1436–1450. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i2.50385>
- Nugroho, J., Hardian, V., Ismail, D. H., & Dwi Raharjo, J. S. (2023). Economic GIG In Indonesia: Challenges And Opportunities For Gen Z And Milenials. *Best Journal of Administration and Management*, 2(1), 27–34. <https://doi.org/10.56403/bejam.v2i1.112>
- Patonah, I., Sambella, M., & Az-Zahra, S. M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan Kombinasi (Mix Method). *Pendas: Jurnal Ilmiah ...*, 08(1989), 5378–5392.
- Permana, M. Y., Izzati, N. R., & Askar, M. W. (2022). Measuring The Gig Economy in Indonesia: Typology, Characteristics, and Distribution. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 21(3), 339–358. <https://doi.org/10.12695/jmt.2022.21.3.7>
- Prihartanta, W. (2015). Teori-Teori Motivasi Prestasi. *Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*, 1(83), 1–11.
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 6(1), 24–37. <https://doi.org/10.35316/istidlal.v6i1.407>
- Republika. (2023). *Studi program afiliasi e-commerce Snapcart, Shopee memimpin pasar*. Republika.
- Rusandi, & Muhammad Rusli. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60. <https://doi.org/10.55623/au.v2i1.18>
- Sari, A. K., Yusuf, A. M., Iswari, M., & Afdal, A. (2021). Analisis Teori Karir Krumboltz: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Bimbingan Konseling Undiksha*,

12(1), 116–121. <https://doi.org/10.23887/jjbk.v12i1.33429>

- Sari, S. L. (2021). Motivasi dan Tantangan Menjadi Wirausaha (Studi Kuantitatif pada Mahasiswa UNIPMA). *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 4(2), 137. <https://doi.org/10.25273/capital.v4i2.8743>
- Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the Generation Z: the Future Workforce. *South -Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, July, 1–6.
- Snapcart. (2023). *Era baru industri e-commerce gaet lebih banyak pasar lewat strategi afiliasi, Shopee affiliate program menjuarai pilihan masyarakat melampaui TikTok affiliate, Tokopedia affiliate, dan Lazada affiliate*. Snapcart Global.
- Stanford, J. (2017). The resurgence of gig work: Historical and theoretical perspectives. *Economic and Labour Relations Review*, 28(3), 382–401. <https://doi.org/10.1177/1035304617724303>
- Statista. (2020). *Affiliate marketing in Indonesia-statistics & facts*. Statista.
- Sullivan, S. E., & Baruch, Y. (2009). Advances in career theory and research: A critical review and agenda for future exploration. *Journal of Management*, 35(6), 1542–1571. <https://doi.org/10.1177/0149206309350082>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- SYA'BAN, R., PALUPY, T. A., & LIMALO, S. A. (2025). Dampak Reward Intrinsik Dan Ekstrinsik Terhadap Motivasi Belajar. *EDUCATIONAL : Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran*, 4(4), 470–477. <https://doi.org/10.51878/educational.v4i4.4161>
- Taylor, K., Van Dijk, P., Newnam, S., & Sheppard, D. (2023). Physical and psychological hazards in the gig economy system: A systematic review. *Safety Science*, 166(May), 106234. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2023.106234>

LAMPIRAN

Lampian 2. Profil Seluruh Informan

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Platform Affiliasi	Lama menjadi Affiliator	Tanggal Wawancara
1.	RP	Laki-laki	22	Tiktok,	2 Tahun	19 Juni 2025
2.	W	Laki-laki	21	Tiktok & Shopee	1,5 Tahun	19 Juni 2025
3.	SS	Perempuan	23	Tiktok	3 Tahun	19 Juni 2025
4.	AL	Perempuan	21	Tiktok	6 Bulan	21 Juni 2025
5.	TO	Perempuan	22	Tiktok & Shopee	3 Tahun	21 Juni 2025
6.	S	Perempuan	19	Alfagift & Shopee	5 Tahun	22 Juni 2025
7.	TM	Perempuan	22	Tiktok	2 Tahun	22 Juni 2025
8.	JZ	Perempuan	22	Shopee	1 Tahun	23 Juni 2025
9.	IP	Laki-laki	24	Tiktok	6 Bulan	23 Juni 2025
10.	KS	Laki-laki	25	Shopee	1 Tahun	25 Juni 2025

Lampiran 1. Interview Guide

A. Profiling Responden

1. Bisa dijelaskan nama panggilan dan usia kamu?
2. Saat ini kamu sedang bekerja, kuliah, sekolah?
3. Sejak kapan kamu mulai menjadi affiliator? Platform afiliasi apa yang kamu gunakan?
4. Apakah ini pekerjaan utama kamu atau sampingan (side hustle)?

Poin 1 : Persepsi tentang Profesi Affiliator

5. Apa yang pertama kali membuat kamu tertarik menjadi affiliator?
6. Menurut kamu, pekerjaan sebagai affiliator itu seperti apa sih?
7. Bagaimana kamu melihat profesi ini dibandingkan dengan pekerjaan formal lainnya?

Poin 2 : Fleksibilitas & Keseimbangan Waktu

8. Apakah menjadi affiliator menurutmu fleksibel? Bisa dikerjakan kapan dan di mana saja?
9. Bagaimana kamu membagi waktu antara kegiatan utama (kuliah/kerja) dengan aktivitas sebagai affiliator?
10. Apakah fleksibilitas ini menjadi alasan utama kamu memilih profesi ini?

Penghasilan dan Harapan Finansial

11. Bisa dijelaskan berapa rata-rata penghasilan yang kamu peroleh dari aktivitas affiliator?
12. Apakah pekerjaan ini memiliki penghasilan yang sebanding dengan yang kamu kerjakan?

13. Apakah penghasilan tersebut cukup untuk memenuhi kebutuhan pribadi?
14. Apakah kamu puas dengan penghasilan yang kamu dapat sebagai affliator?
15. Apakah kamu melihat profesi ini berpotensi menjadi sumber penghasilan utama ke depan?

Penutup

16. Kalau boleh memilih, apakah kamu akan tetap menjalani profesi ini dalam lima tahun ke depan?
17. Apa saran kamu untuk orang lain yang ingin mencoba menjadi affliator?
18. Ada hal lain yang ingin kamu sampaikan soal pengalamanmu jadi affliator?

Lampiran 3. Transkrip Wawancara

Narasumber 1

Rakha Pangestu, 22 Tahun

19 Juni 2025

Peneliti: Oke, jadi hari ini saya akan mewawancarai teman saya sendiri. Boleh disebutkan namanya dan usianya?

Narasumber: Baik, nama saya Raka Pangestu. Usia saya sekarang 22 tahun.

Peneliti: Oke, 22 tahun. Sekarang kesibukannya apa, Mas? Mungkin kerja, kuliah, atau masih sekolah?

Narasumber: Masih kuliah sih, semester 6.

Peneliti: Semester 6 ya. Sejak kapan sih Mas mulai menjadi affiliator? Dan platform apa yang digunakan?

Narasumber: Awal mula jadi affiliator itu tahun 2023, menggunakan platform seperti TikTok dan Instagram.

Peneliti: Oke. Jadi profesi sebagai affiliator ini pekerjaan utama atau sampingan, Mas?

Narasumber: Ini cuma sampingan sih bagi saya.

Peneliti: Oke, berarti pekerjaan utama Mas masih kuliah karena masih semester 6 ya. Nah, saya masuk ke poin pertama ya, mengenai persepsi tentang profesi affiliator. Pertama kali yang bikin Mas tertarik jadi affiliator itu apa?

Narasumber: Melihat banyak konten kreator yang bisa menghasilkan uang hanya dengan membagikan produk saja.

Peneliti: Jadi Mas tertarik karena sering lihat-lihat gitu ya?

Narasumber: Iya, karena kelihatannya menarik dan mudah diakses juga.

Peneliti: Menurut Mas, pekerjaan seperti affiliator itu apa sih? Apa saja yang dikerjakan?

Narasumber: Menurut saya ini pekerjaan yang fleksibel dan berbasis kreativitas. Kita bisa kerja dari mana saja, selama punya koneksi internet dan ide konten yang menarik.

Peneliti: Menurut Mas, kalau dibandingkan pekerjaan formal seperti kantor dari jam 9 sampai 5, gimana profesi affiliator ini?

Narasumber: Kalau affiliator itu lebih bebas dan gak terikat jam kerja. Tapi memang gak ada jaminan penghasilan tetap seperti pekerjaan formal. Jadi ya, ada plus minusnya juga.

Peneliti: Saya lanjut ke poin kedua ya, tentang fleksibilitas dan keseimbangan waktu. Menurut Mas, pekerjaan affiliator ini fleksibel gak?

Narasumber: Sangat fleksibel. Bisa bikin konten kapan saja, bahkan setelah waktu kuliah atau kerja.

Peneliti: Kalau membagi waktu antara kuliah dan jadi affiliator, gimana Mas?

Narasumber: Biasanya buat konten malam hari atau akhir pekan. Saya juga atur waktunya biar gak ganggu kuliah.

Peneliti: Nah, karena fleksibel, apakah itu alasan utama Mas memilih profesi ini?

Narasumber: Benar, fleksibilitas itu jadi alasan utama saya.

Peneliti: Sekarang kita masuk ke poin penghasilan dan harapan finansial ya. Bisa dijelaskan rata-rata penghasilan Mas sebagai affiliator?

Narasumber: Mungkin sekitar 1 sampai 2 juta per bulan, tergantung performa konten dan jumlah kliknya.

Peneliti: Penghasilan itu worth it gak sih Mas dengan usaha yang dilakukan?

Narasumber: Menurut saya cukup sebanding. Effort-nya gak sebesar pekerjaan lain, tapi tetap menghasilkan.

Peneliti: Dari penghasilan tersebut, cukup gak untuk kebutuhan pribadi?

Narasumber: Alhamdulillah cukup untuk makan, transportasi, dan hiburan ringan.

Peneliti: Mas puas gak dengan penghasilannya?

Narasumber: Cukup puas, tapi tetap ingin meningkatkannya agar lebih besar.

Peneliti: Apakah menurut Mas profesi ini berpotensi jadi penghasilan utama?

Narasumber: Saya lihat sih ada potensi, terutama kalau bisa bangun audiens besar dan konsisten.

Peneliti: Oke, berarti bisa ya Mas?

Narasumber: Bisa.

Peneliti: Sekarang kita ke sesi penutup. Kalau boleh memilih, lima tahun ke depan Mas masih mau jadi affiliator?

Narasumber: Kalau masih relevan dan menguntungkan, tetap saya jalani.

Peneliti: Ada saran atau tips buat teman-teman yang belum atau mau jadi affiliator?

Narasumber: Mungkin mulai dari memahami audiens dan buat konten yang jujur dan menarik. Kuncinya itu konsisten.

Peneliti: Ada hal lain yang mau disampaikan soal pengalaman jadi affiliator?

Narasumber: Mungkin jadi affiliator itu mengajarkan saya soal digital marketing dan pentingnya personal branding juga.

Peneliti: Untuk pertanyaannya mungkin cukup ya. Masnya ada yang mau ditanyakan lagi gak?

Narasumber: Cukup sih, Mbak.

Peneliti: Oke, terima kasih banyak ya Mas udah jadi narasumber saya kali ini!

Narasumber: Terima kasih juga.

Narasumber 2**Wirayudha, 21 Tahun****19 Juni 2025**

Peneliti: Oke, hari ini saya akan mewawancarai teman saya. Boleh disebutkan nama dan umurnya, Mas?

Narasumber: Nama saya Wirayudha, biasanya dipanggil Yudha. Umur saya 21 tahun.

Peneliti: Oke. Mas, kesibukannya sekarang kerja, kuliah, atau masih sekolah?

Narasumber: Kesibukan saya sekarang sih sedang kuliah. Saya semester 6 dan mengambil jurusan hubungan internasional dengan fokus bisnis.

Peneliti: Oke. Kita mulai ya pertanyaan seputar afiliasi. Sejak kapan Mas mulai menjadi affiliator, dan di platform apa saja?

Narasumber: Sebenarnya dimulai sekitar awal tahun 2023. Jadi sudah sekitar 1,5 tahun saya menjadi affiliator. Platform yang saya gunakan adalah TikTok, Shopee Affiliate, dan Tokopedia.

Peneliti: Oke, jadi tiga platform ya. Mas, jadi affiliator ini merupakan pekerjaan utama atau sampingan?

Narasumber: Ini pekerjaan sampingan saja sih. Fokus utama saya tetap kuliah.

Peneliti: Waktu awal Mas tertarik jadi affiliator itu karena apa?

Narasumber: Sebenarnya agak random sih. Awalnya lihat influencer yang kok gampang banget dapat uang hanya dengan membagikan link. Terus saya pikir, kalau mereka bisa, mungkin saya juga bisa. Dari situ saya kepikiran untuk coba jadi affiliator.

Peneliti: Menurut Mas, pekerjaan affliator itu seperti apa?

Narasumber: Menurut saya, pekerjaan sebagai affliator itu mirip seperti jadi pemasar digital, tapi lebih santai. Dan bisa disesuaikan dengan gaya pribadi kita. Kita bantu promosi produk, lalu dapat komisi dari setiap pembelian.

Peneliti: Kalau dibandingkan dengan pekerjaan formal seperti kerja kantoran, menurut Mas, apa perbedaannya?

Narasumber: Menurut saya, affliator itu lebih fleksibel dan menyenangkan. Tapi juga gak stabil. Kalau kerja kantoran kan ada gaji tetap, kalau affliator sangat bergantung pada performa.

Peneliti: Saya lanjut ke poin fleksibilitas dan keseimbangan waktu ya, Mas. Menurut Mas, menjadi affliator itu fleksibel gak?

Narasumber: Menurut saya sih fleksibel, ya. Bisa dikerjakan kapan saja dan di mana saja, asalkan ada koneksi internet.

Peneliti: Nah, sekarang Mas kan masih kuliah. Gimana caranya membagi waktu antara kuliah dan jadi affliator?

Narasumber: Biasanya saya sudah buat jadwal, jadi gak bingung mau ngelakuin apa. Saya bikin konten afiliasi biasanya setelah kuliah atau akhir pekan. Tugas kuliah tetap saya prioritaskan, baru sisanya untuk konten afiliasi.

Peneliti: Karena pekerjaan ini fleksibel, apakah itu yang jadi alasan utama Mas memilih jadi affliator?

Narasumber: Betul sekali. Fleksibilitas adalah alasan utama saya pilih pekerjaan ini karena gak mengganggu waktu kuliah dan tetap bisa produktif.

Peneliti: Oke. Sekarang masuk ke poin penghasilan dan harapan finansial ya, Mas. Bisa dijelaskan rata-rata penghasilannya?

Narasumber: Penghasilannya bervariasi. Rata-rata mungkin 1-3 juta per bulan. Tergantung seberapa rajin saya posting dan berapa banyak traffic yang masuk.

Peneliti: Menurut Mas, penghasilannya sebanding gak dengan usaha yang dikeluarkan?

Narasumber: Menurut saya, sebanding. Karena ini pekerjaan sampingan, effort-nya gak terlalu besar dan bisa dilakukan dari rumah. Waktu juga bisa diatur sendiri, jadi saya gak merasa terganggu.

Peneliti: Dengan rata-rata penghasilan segitu, cukup gak untuk kebutuhan pribadi?

Narasumber: Ya cukup-cukup aja sih. Untuk jajan, beli kuota, atau kebutuhan kecil lainnya. Tapi belum bisa untuk beli barang yang besar gitu. Tapi lumayan.

Peneliti: Dengan penghasilan itu, Mas merasa puas?

Narasumber: So far sih cukup puas. Tapi tentu saya berharap bisa meningkat kalau lebih konsisten.

Peneliti: Menurut Mas, apakah pekerjaan ini berpotensi jadi penghasilan utama?

Narasumber: Kalau lihat tren sekarang, saya rasa ada potensi. Asalkan serius dan konsisten membangun audiens.

Peneliti: Kita masuk ke sesi penutup ya, Mas. Kalau boleh memilih, lima tahun ke depan Mas masih ingin jadi affliator?

Narasumber: Kalau bisa memilih, saya masih ingin jadi affliator. Tapi dengan pendekatan yang lebih profesional. Karena sekarang masih terbagi dengan kuliah, jadi nanti ingin lebih fokus dan memperdalam lagi.

Peneliti: Mas punya saran atau tips buat teman-teman yang baru mau coba jadi affiliator?

Narasumber: Saran saya, jangan takut untuk coba. Konsisten bikin konten, pilih produk yang sesuai dengan minat supaya promosinya terasa natural.

Peneliti: Terakhir, ada hal yang ingin disampaikan soal pengalaman jadi affiliator?

Narasumber: Jadi affiliator itu bukan cuma soal cuan. Kita juga belajar pemasaran, komunikasi, branding diri. Itu pengalaman yang luar biasa dan berharga.

Peneliti: Ada lagi yang ingin disampaikan, Mas?

Narasumber: Sudah cukup sih.

Peneliti: Oke, terima kasih banyak ya Mas Wirayudha atas waktunya.

Narasumber: Terima kasih juga.

Narasumber 3**Sahra Salsa , 21 Tahun****19 Juni 2025**

Peneliti: Oke, kali ini aku lagi sama kak siapa?

Narasumber: Aku Sahra Salsa.

Peneliti: Usianya berapa kak sekarang?

Narasumber: Sekarang aku usianya 23 tahun.

Peneliti: Saat ini kakak sibuknya lagi kerja, kuliah, atau masih sekolah nih kak?

Narasumber: Sekarang kebetulan aku lagi sibuk kuliah sama kerja juga sih.

Peneliti: Oh gitu, kuliah dan kerja ya? Oke, aku mulai tanya-tanya mengenai pengalaman kakak jadi affliator ya kak. Kakak kapan sih mulai jadi affliator?

Terus aplikasi yang kakak pakai apa sebagai platformnya?

Narasumber: Oke, jadi aku mulai jadi affliator itu di tahun 2022. Platform yang aku gunain itu sekarang di TikTok aja sih.

Peneliti: TikTok aja, TikTok shop ya berarti kak? Kakak tuh jadi affliator pekerjaan utama atau sampingan kak?

Narasumber: Kalau waktu tahun 2022 itu aku jadi pekerjaan utama sih.

Peneliti: Oke, tapi sekarang?

Narasumber: Kalau sekarang jadi sampingan aja.

Peneliti: Oh karena udah kuliah itu ya kak? Terus ada kerjaan lagi?

Narasumber: Betul.

Peneliti: Oke, berarti kakaknya kerjanya dua nih. Pekerjaan utama sama yang jadi affiliator. Nah, sambil kuliah lagi ya? Mantap nih. Pertama kali yang bikin kakak tertarik sama dunia affiliate itu apa sih kak?

Narasumber: Pertamanya aku tuh sebenarnya belum tertarik sampai gimana, aku tuh ditawarin sama suatu brand untuk punya akun afiliasi di TikTok aku. Dan mereka tuh kasih undangan karena mereka pikir video-video aku itu cukup kompeten lah untuk menjadi affiliator.

Peneliti: Oke, menurut kakak pekerjaan affiliator tuh kayak apa sih? Misalnya kayak ngapain aja?

Narasumber: Menurut aku jadi affiliator itu pekerjaan yang cukup fleksibel dan kalau emang tekun untuk ngebikin videonya terus upload videonya itu bakalan jadi easy money sih.

Peneliti: Oke, tapi kakak kan punya pekerjaan utama nih. Nah, kalau dibandingin affiliator, kalau dibandingin pekerjaan utama kakak gimana sih? Lebih formal atau mungkin lebih fleksibel atau gimana?

Narasumber: Jujur kalau affiliator lebih fleksibel dan lebih enak sih karena kan kita manage sendiri. Kapan bikin videonya, bikin video yang mana dulu. Kayak gak ada pressure khusus lah buat affiliator ini.

Peneliti: Oke, berarti bener ya kak jadi affiliator itu menurut kakak fleksibel, bisa dikerjain kapan aja, di mana aja?

Narasumber: Benar, setuju banget.

Peneliti: Oke, nah kakak kan tadi udah mention kuliah, terus punya pekerjaan utama dan sampingannya jadi affiliator kan. Nah, cara bagi waktunya gimana sih kak antara kegiatan utama sama pekerjaan jadi affiliator ini?

Narasumber: Oke, kalau untuk pekerjaan pertama aku pasti lebih dulu selesainnya. Untuk yang kerjaan yang urgent-urgent. Prioritas utama aku. Nah, kalau affiliator ini mungkin kalau misalnya aku lagi mau aja sih, lagi ada produknya, terus aku lagi mood bikin videonya, aku bikin videonya.

Peneliti: Oke. Nah, tadi kan kakak mention kalau pekerjaan sebagai affiliator tuh fleksibel ya kak. Nah, ini jadi alasan utama gak sih kenapa kakak tuh memilih affiliator sebagai pekerjaan sampingan?

Narasumber: Ya, karena untuk uangnya sendiri juga termasuk lumayan sih. Jadi untuk side jobnya termasuk yang lumayan.

Peneliti: Oke, kita masuk ke section tentang penghasilan sama harapan finansialnya ya kak. Bisa dijelaskan gak sih berapa rata-rata penghasilan yang kakak peroleh dari aktivitas jadi affiliator ini?

Narasumber: Boleh, kalau aku jelasnya pas yang waktu 2022 kan. Kalau waktu itu tuh aku awalnya pas videonya belum naik, aku sempat kayak agak hopeless ya. Kok ini videonya agak susah naik? Karena emang kan kalau ada keranjang kuningnya itu sempat susah buat naiknya. Terus sampai di mana videonya itu ternyata ada yang booming. Dan kayak jadi satu M atau lebih kayaknya waktu itu. Itu aku seminggu bisa reach kayak 4-5 juta sih.

Peneliti: Wow, itu seminggu ya kak?

Narasumber: Seminggu.

Peneliti: Cuman kalau misalkan kita tarik dari per bulan, range-nya berapa kak?

Rata-ratanya?

Narasumber: Range-nya waktu itu bisa sampai 9-10 juta sih.

Peneliti: Oke. Menurut kakak pekerjaan ini penghasilannya sebanding gak sih sama apa yang kakak kerjain? Kayak jadi affiliator kan kita harus misalkan ngedit video, terus harus take video. Nah, sama penghasilannya kakak dapat itu worth it gak?

Narasumber: Menurut aku pada saat itu worth it banget. Karena juga gak ribet kan, harus tag videonya bisa di rumah dan bisa kapan aja. Aku ngeditnya juga bisa kapan aja. Aku upload juga terserah aku.

Peneliti: Nah, apakah penghasilan yang tadi kakak sebutin itu cukup untuk memenuhi kebutuhan pribadi?

Narasumber: Cukup banget sih.

Peneliti: Oke. Nah, tadi dengan penghasilan yang kakak punya, kakak sebenarnya puas gak sih sama penghasilan tersebut pas menjadi affiliator?

Narasumber: Cukup puas, tapi pasti ada rasa pengen lebih.

Peneliti: Nah, kalau misalkan kakak lihat, profesi menjadi affiliator ini bakal menjadi sumber penghasilan ke depan gak? Penghasilan utama?

Narasumber: Menurut aku ya. Kalau aku sih kalau buat sekarang belum sih ngelihatnya. Masih tetap bakal nyari pekerjaan tetap.

Peneliti: Nah, kalau misalkan boleh milih nih, apakah kakak bakal tetap menjalani profesi sebagai affiliator dalam lima tahun ke depan?

Narasumber: Kalau bisa milih dan algoritmanya tidak sesusah dulu, mungkin iya.

Peneliti: Aku masuk ke pertanyaan penutup ya kak. Mungkin kita udah mau selesai ini sesi wawancaranya. Kan banyak banget di luar sana ada orang yang pengen jadi affliator nih kak. Kakak punya saran gak sih untuk orang yang baru mau mencoba?

Narasumber: Ada sih. Tekun bikin videonya. Kalau mau nyoba ya mau coba aja. Gak ada salahnya buat nyoba jadi affliator juga. Yang penting niat dan tekun sih. Bikin videonya. Jadi niat ya. Harus niatnya diadain dulu.

Peneliti: Ada hal lain gak sih yang mau kakak sampaikan tentang pengalaman kakak jadi affliator? Mungkin susah senangnya atau ada hal yang bikin kakak tuh jadi inget banget sama pekerjaan ini?

Narasumber: Mungkin lebih ke senangnya ya. Senangnya tuh ya pekerjaannya gampang. Terus duitnya masuk juga cepat. Dan kita kan gak perlu kemana-mana. Cukup orang check out, orang check out kita dapet komisi dari situ.

Peneliti: Mau ada yang ditambahkan lagi mungkin?

Narasumber: Nah udah sih. Udah.

Peneliti: Oke. Terima kasih ya kak Salsa udah menjadi narasumber di penelitian aku kali ini. Terima kasih.

Narasumber 4**Agnes Luminati , 21 Tahun****21 Juni 2025**

Peneliti: Oke, aku mulai ya wawancaranya. Sebelumnya perkenalkan, nama saya Kayla. Saya sekarang sedang melakukan penelitian yang berjudul *Persepsi Generasi Z terhadap Side hustle Affiliate sebagai Pilihan Karir di Era Gig economy*. Nah, sebelumnya bisa dikenalkan, kan namanya siapa dan umur berapa?

Narasumber: Oke, kenalin nama aku Agnes Fani Luminati Borobudur. Biasanya dipanggil Agnes. Usia aku 21 tahun.

Peneliti: Oke, 21 tahun. Ini berarti kakak lagi sibuk kerja, kuliah, atau masih sekolah nih kak?

Narasumber: Kebetulan kuliah semester akhir.

Peneliti: Oke, kuliah semester akhir. Nah, aku bakal mulai bahas mengenai peran kakak jadi affiliate. Kakak kapan sih awal mulai jadi affiliate? Terus aplikasi platform apa yang kakak pakai?

Narasumber: Aku tuh mulai ngikutin affiliate itu, jadi affiliate itu waktu magang. Magang di bulan Februari awal kalau gak salah tuh.

Peneliti: Berarti tahun ini ya?

Narasumber: Iya, betul. Baru tahun ini. Dan itu aku platformnya gunain TikTok.

Peneliti: Oke, berarti TikTok Shop?

Narasumber: Iya, betul.

Peneliti: Pekerjaan kakak sebagai affiliate ini sampingan aja atau gimana kak?

Narasumber: Awalnya sih sampingan ya, terus selain kayak ngisi waktu luang, pengen nih coba gitu gimana sih rasanya ini jadi affiliate gitu. Karena ngeliat kayak TikTokers itu pada kayak lumayan nih gitu buat ngisi luang.

Peneliti: Oke, pertama kali waktu kakak jadi affiliate, apa sih kak yang bikin kakak jadi tertarik?

Narasumber: Iya, ngeliat kayak orang-orang selebnya sih, kayak orang-orang biasa aja, kayak cuma sekedar konten pakaian yang dia beli atau kayak semacam botol minum gitu, kayak lumayan dapet komisinya gitu, kayak bisa nambah-nambah uang jajan gitu lah. Jadi kayak makin tertarik nih.

Peneliti: Oke, tapi menurut kakak sendiri pekerjaan sebagai affiliate itu seperti apa sih? Kayak ngapain aja gitu?

Narasumber: Iya, kayak jadi affiliate itu kayak buat konten keseharian kita aja sih, kayak kita lagi mau di tempat wisata mana, kita buat konten gitu, atau kita beli barang, kita buat konten, dan lain sebagainya.

Peneliti: Oke. Kalau misalkan kakak bisa lihat nih profesi jadi affiliate ini kalau dibandingin pekerjaan formal lainnya kayak apa sih kak? Kalau misalkan kerjaan formal itu kan kayak kantoran gitu, misalkan yang dari jam 9 sampai jam 5 itu pekerjaan formal. Menurut kakak profesi ini dibandingkan pekerjaan kayak gitu apa bedanya?

Narasumber: Iya bedanya itu kalau affiliate ini kan waktunya fleksibel bisa kapanpun kita, kita bisa ngebuat konten gitu. Sedangkan kalau yang kayak pekerjaan formal kayak di kantoran itu kan itu dia ada jam kerjanya, harus full time di kantor dari pagi sampai sore.

Peneliti: Oke. Menurut kakak jadi affiliate itu fleksibel gak sih? Kayak bisa dikerjain kapan aja atau di mana aja?

Narasumber: Iya bener. Selain fleksibel sih kadang tergantung mood kita juga.

Peneliti: Oke. Nah, karena kan sekarang masih kuliah ya, nah itu gimana sih kak cara membagi kegiatan utama kakak sebagai mahasiswa sama aktivitas sebagai affiliate?

Narasumber: Kalau ngebaginya sih, kadang kan kalau affiliate ini selain kita harus mood nih, pasti kita buat kayak stok kontennya gitu. Karena kan jadi affiliate itu juga ada tips dan triknya juga kak. Kayak dalam satu hari itu tiga kali nge-posting, misalnya dari jam 11, jam 3, sampai jam 7 malam, itu tuh ada taktiknya juga.

Peneliti: Nah, gimana sih cara kamu membagi waktu gitu loh? Maksudnya kayak apakah mungkin jadi affiliate? Itu kamu fokusinnya misalkan di weekend atau pas kamu lagi gak ada kuliah atau gimana?

Narasumber: Kebetulan sih kemarin aku jadi affiliatornya itu pas magang ya. Ya paling itu tuh banyak di weekend sih, karena weekend juga gak masuk magang, terus kadang tuh buat stok kontennya gitu. Itu sih cara ngebagi waktunya.

Peneliti: Nah, tadi kan kakak bilang kalau misalkan pekerjaan jadi affiliator itu fleksibel ya? Nah, apakah alasan fleksibilitas ini jadi alasan utama kenapa kamu pilih profesi ini?

Narasumber: Iya.

Peneliti: Nah, sekarang aku bakal move on ke chapter selanjutnya ini mengenai penghasilan dan harapan finansial. Bisa dijelasin gak sih Kak rata-rata penghasilan yang kamu peroleh dari *Affiliate Marketing* itu berapa? Kalau misalkan gak bisa

disebut jumlah pastinya, range-nya juga gak apa-apa. Misalkan dari berapa ke berapa gitu.

Narasumber: Oke, aku tuh untuk kayak pendapatannya itu sih 50-100 ribu.

Peneliti: Oke. Itu bisa beda-beda atau selalu segitu?

Narasumber: Beda-beda sih, karena kadang kan kayak per produk itu komisinya juga beda-beda. Kayak misalnya nih produk minuman itu dapet komisinya 5% doang gitu. Dan kalau untuk baju atau kayak jilbab itu tuh juga kadang ada yang lebih gede. Ada 15% komisinya gitu.

Peneliti: Oke. Nah, menurut kamu pekerjaan ini tuh penghasilannya worth it gak sih sama apa yang kamu kerjain? Sebanding gak?

Narasumber: Kadang sebanding, kadang enggak sih.

Peneliti: Oke. Bisa dijelaskan kenapa?

Narasumber: Mungkin kayak sebandingnya itu ini segi keuangan ya. Sebandingnya itu kayak cuman bisa untuk ngebeli jajan sih. Kalau untuk kayak skincare pasti kurang.

Peneliti: Nah, penghasilan yang tadi kakak sebutin itu cukup gak sih untuk memenuhi kebutuhan pribadi?

Narasumber: Belum ya, belum nyampe mungkin ya.

Peneliti: Tapi dari secara garis besar gitu. Karena puas gak sih dari penghasilan yang didapat selama jadi affliator?

Narasumber: Kalau ditanya puas sih belum ya. Karena kadang juga FYP itu susah sih. Padahal kita udah ngikutin tips dan triknya juga. Cuman ya mungkin karena belum FYP aja gitu.

Peneliti: Oke. Nah, karena tadi kakaknya udah jelasin mengenai penghasilan dan keuangan mengenai jadi affiliator. Menurut kakak, kakak melihat profesi ini berpotensi gak sih menjadi sumber penghasilan utama ke depannya?

Narasumber: Kalau menurut aku sih bisa ya. Cuman kalau kita bener-bener fokus lebih mendalami profesi di bidang affiliator ini. Karena aku sendiri juga belum begitu ya. Masih kalau dibilang kayak masih tahap pemula lah gitu.

Peneliti: Oke, berarti berpotensi ya mungkin?

Narasumber: Iya, untuk ke depannya. Kalau bener-bener kita telusuri dengan dalam lagi.

Peneliti: Oke. Nah, aku udah masuk ke section penutup ini. Paling aku tanyain pertanyaan-pertanyaan penutup aja. Kalau misalkan kakak boleh milih nih. Kakak mau gak sih tetap ngejalanin profesi sebagai affiliator ini dalam lima tahun ke depan?

Narasumber: Kalau aku pribadi sih mau.

Peneliti: Oke. Mau ya. Nah, kalau misalkan ada orang di sana yang baru mau nyoba jadi affiliator. Kakak mungkin ada saran untuk teman-teman yang baru mau mencoba?

Narasumber: Mungkin kalau yang di luar sana pasti banyak yang ingin jadi affiliator ya. Saran aku sih ya dicoba aja. Walaupun kita pemula, coba aja dalamin. Walaupun kita masih banyak kurangnya, belum banyak pengetahuannya, coba aja sampai kita bener-bener bisa di tahap akhirnya nantinya.

Peneliti: Oke. Nah, kita udah ke pertanyaan terakhir nih. Mungkin ada yang mau kakak sampaikan gak sih soal pengalaman kakak jadi affiliator?

Narasumber: Kalau aku sendiri sih awal-awal tuh sangat-sangat antusias banget buat konten, sampai beli-beli lightingnya juga, terus beli barang yang aku butuhin juga aku buat konten, terus kayak orang-orang juga ada beberapa yang like-nya lumayan, ada yang enggak gitu ya. Pengalaman aku sendiri sih enak ya. Seru-seru aja gitu. Buat-buat seru, nambah pengalaman juga, jadi tahu nih dunia afliator gini gitu.

Peneliti: Oke, mungkin kita udah sampai di penghujung wawancara kita kali ini, karena aku udah nanyain semua pertanyaannya nih sama kakak. Kira-kira kakak ada yang mau ditambahin mungkin, atau ada yang mau ditanyakan mengenai penelitian saya?

Narasumber: Mungkin enggak ada ya.

Peneliti: Oke, makasih ya Kak Agnes sudah mau jadi narasumber pada penelitian saya kali ini. Terima kasih banyak.

Narasumber 5**Tiara Octa, 21 Tahun****21 Juni 2025**

Peneliti: Oke, sebelumnya perkenalkan nama saya Kayla. Saya sedang melakukan penelitian dengan judul Persepsi Generasi Z terhadap *Side hustle* Affiliator sebagai Pilihan Karir di Era *Gig economy*. Sebelumnya boleh diperkenalkan dulu dirinya dengan siapa dan sekarang umurnya berapa?

Narasumber: Oke, terima kasih Kak Kayla. Kenalin nama aku Tiara. Usia aku saat ini 22 tahun Kak.

Peneliti: Oke, jadi saat ini kamu lagi sibuk apa nih? Kerja, kuliah, atau masih sekolah mungkin?

Narasumber: Untuk saat ini kesibukan aku lagi ngerjain skripsi ya Kak.

Peneliti: Oh iya, berarti kuliah ya?

Narasumber: Iya. Sama juga Kakak ngerjain TA.

Peneliti: Oh gitu, baik. Sebenarnya aku mau tanya dulu nih, sejak kapan sih kamu mulai jadi affiliator? Terus platform yang kamu pakai untuk *Affiliate Marketing* itu apa?

Narasumber: Oke, jadi aku kenal affiliator itu sejak pandemi, kira-kira tahun 2022. Nah dari situ, dari kesibukan nih, cari apa ya yang bisa dapet duit di tengah era pandemi saat ini. Jadi aku memulai menjadi affiliator itu mungkin di akhir tahun 2022, di awal tahun 2023 Kak. Untuk platform sendiri yang aku gunain, awalnya itu di TikTok Shop. Terus aku memulai juga di Shopee Kak, begitu.

Peneliti: Oke, jadi TikTok Shop sama Shopee Affiliate ya, dua platform?

Narasumber: Iya.

Peneliti: Oke, nah pekerjaan kamu sebagai affiliator ini pekerjaan utama kah atau sampingan aja?

Narasumber: Untuk affiliator ini sendiri aku jadiin sebagai kerjaan sampingan Kak, karena lebih fleksibel, bisa dikerjain di mana aja. Jadi kayak habis sibuk mata kuliah nih yang waktu tahun 2022 aku kerjain lah jadi affiliator, sekedar kayak buat konten gitu, paling upload di hari weekend kayak Sabtu Minggu gitu.

Peneliti: Oke, dulu waktu pertama kali kamu jadi affiliator, kamu tertarik gara-gara apa sih?

Narasumber: Jadi waktu itu yang pertama waktu pandemi itu ya, waktu pandemi itu banyak nih konten kreator yang terkenal-terkenal gitu, kayak mempromosikan produknya gitu. Nah dari situ kayak bagus nih, kayak ada keranjang kuningnya gitu, terus kayak ada komisinya sekitar 5% sampai 10% di Shopee affiliator sama di TikTok. Jadi aku kayak tertarik gitu, wah lumayan nih di era pandemi saat ini yang orang-orang sibuk kena PHK, kita ada tambahan bisa menjadi kayak affiliator lumayan lah komisinya ya Kak, sekitar 5% sampai 10%. Jadi lumayan tertarik lah.

Peneliti: Oke, jadi itu yang membuat kamu pertama kali tertarik jadi affiliator. Nah, tapi aku punya pertanyaan nih, menurut kamu kerjaan affiliator tuh kayak apa sih? Kayak ngapain aja gitu?

Narasumber: Oke, menurut aku ya Kak sebagai affiliator itu, jadi kita cari nih, kita cari toko yang ada komisinya, kayak misalnya skincare, kayak aku sebut produknya itu kayak facetology misalnya ya. Nah, dari situ kayak produknya pembersih wajah atau moisturizer itu, terkadang kan ada tulisan komisinya sekitar 5%, 10%, jadi kita

bisa kayak membuat konten dari produk dari facetology itu. Jadi kita upload di TikTok Shop, kemudian kita kasih keranjang kuning dari tokonya. Jadi ketika ada orang yang mengklik keranjang kita, itu akan mendapatkan komisi sekitar 5% sampai 10% tergantung dari toko facetologynya sendiri.

Peneliti: Oh gitu, oke baik. Menurut kamu pekerjaan menjadi affliator ini sama profesi yang lebih formal, kayak kerja kantoran yang dari pagi sampai sore itu bedanya apa sih menurut kamu? Kayak apa yang bikin itu beda?

Narasumber: Oke, ini beda karena ini lebih fleksibel ya, fleksibel waktu, fleksibel tenaga juga. Jadi kayak misalnya kita di hari weekend, Sabtu, Minggu gitu kan, kita pada ini ya, pada gak ada kesibukan gitu. Jadi kita membuat konten, membuat konten terus kita upload di TikTok, kemudian kalau ada orang yang mengklik dan membeli itu kita akan mendapatkan komisi. Jadi ini menurut aku benar-benar fleksibel juga sih. Dan ini juga tidak banyak mengeluarkan tenaga untuk kita bekerja keras, cuma bikin konten, cuma upload gitu doang sih. Tapi susahnyanya ya itu, kalau nggak ada orang yang beli yaudah. Jadi kita harus pintar-pintar bikin kontennya biar orang tertarik dengan produk kita dan belinya lewat keranjang kuning itu.

Peneliti: Oke, baik. Menjadi affliator ini menurut kamu fleksibel nggak sih bisa dikerjain kapan aja mungkin atau di mana aja? Tergantung kamu bisanya kapan gitu?

Narasumber: Sangat fleksibel sih menurut aku. Jadi affliator itu bener-bener sangat fleksibel waktu, tenaga, dan biaya juga. Karena ya itu tadi, kita nggak ada di sela-

sela kesibukan kita, terus kita di hari weekend, Sabtu Minggu gitu, kita bisa upload video, bikin konten, dan itu juga bisa menambah biaya buat kita sendiri ya.

Peneliti: Nah, tadi kan di awal kamu bilang kalau kamu tuh sekarang masih kuliah dan lagi semester akhir kan. Nah, gimana sih cara kamu membagi waktu antara perkuliahan kamu sehari-hari dan pekerjaan sampingan menjadi affliator?

Narasumber: Untuk saat ini mungkin lebih banyak ya kak, karena kan masa skripsi ini sendiri kan tidak mengeluarkan tenaga terus untuk ke kampus. Jadi kita ke kampus hanya tertentu aja. Jadi menurut aku sekarang ini bisa saya tekunin lagi sih, karena bener-bener fleksibel banget waktunya. Jadi lebih mengoptimalkan untuk memperbaiki konten dan jamnya aja sih kak menurut aku sekarang.

Peneliti: Oke, nah tadi kan sebelum-sebelumnya kamu mention kalau kerjaan itu fleksibel ya. Nah, apakah fleksibilitas ini menjadi alasan utama kamu memilih profesi sebagai affliator?

Narasumber: Iya, bener. Karena fleksibilitas ini ya itu tadi, kita nggak terlalu banyak ketemu orang. Jadi kita cuma membutuhkan handphone, terus diri kita sendiri dan yang penting itu cuma ada produk yang ingin kita aflikan. Jadi kita cuma bikin konten, terus upload. Jadi tidak memerlukan banyak orang untuk kita temuin. Jadi sangat fleksibel sih menurut aku.

Peneliti: Oke, nah sekarang kita move on ke section mengenai penghasilan dan harapan finansial kamu ya. Bisa dijelaskan sebelumnya berapa rata-rata penghasilan yang kamu peroleh dari affliator ini? Kalau misalkan kamu nggak bisa mention angkanya, kira-kira juga nggak apa-apa.

Narasumber: Oke, untuk rata-rata penghasilan aku itu sebulan, karena masih pemula ya kak, jadi sekitar 300 ribu itu per bulan. Jadi untuk penghasilan ini sendiri juga tergantung sih kita upload konten itu seminggu berapa dan itu ada yang beli atau enggak. Jadi kira-kira sebulan 300 ribu lah.

Peneliti: Rata-ratanya ya?

Narasumber: Iya.

Peneliti: Oke, menurut kamu dengan gaji yang kamu dapetin, pekerjaan menjadi affliator ini worth it nggak sih sama apa yang udah kamu kerjain? Kayak ngeditnya mungkin, take kontennya, kira-kira worth it nggak?

Narasumber: Kalau saat ini menurut aku belum sih kak, karena ngedit itu kan juga butuh tenaga, juga butuh ide untuk membuat kontennya. Dan sebulan untuk 300 ribu itu menurut aku masih kurang worth it, karena kita juga harus mengeditnya itu yang susah juga. Dari ide kontennya itu gimana biar orang tertarik. Jadi menurut aku belum worth it sih kak. Mungkin karena masih pemula jadi belum terlalu paham gimana bikin konten yang baik, bikin ide kontennya yang baik itu bagaimana mungkin berpengaruh juga sih kak.

Peneliti: Oke, tapi dengan uang yang kamu dapetin rata-rata per bulannya itu cukup gak sih untuk memenuhi kebutuhan pribadi kamu?

Narasumber: Kalau untuk sebagai mahasiswa akhir ya lumayan lah kak untuk buat beli jajan, buat beli kopi lumayan lah. Untuk intang bahan. Tapi kalau untuk memenuhi kebutuhan pribadi gitu belum ya mungkin.

Peneliti: Oke, tapi overall kamu dapet gaji dari menjadi affliator ini, kamu puas gak sih dengan penghasilan yang kamu dapet sekarang?

Narasumber: Belum puas. Mungkin kalau buat tahun ke depan, beberapa tahun kemudian mungkin bisa menjadi ini penghasilan utama. Karena sekarang ini kan orang-orang kebanyakan menjadi content creator sama affiliate ya kak. Karena yang waktunya fleksibel, jamnya fleksibel, terus tidak bertemu banyak orang dan itu mungkin bisa menjadi salah satu karir aku kedepannya sih kak.

Peneliti: Oke, tapi kalau kamu boleh milih, mau gak sih kamu tetap menjadi affiliate dalam lima tahun kedepan?

Narasumber: Mau, sangat mau karena di era digital saat ini tuh orang-orang ini ya kebanyakan menjadi content creator ya kak. Jadi mereka tuh cuma mengandalkan konten, terus upload konten, upload tapi juga susah mikir idenya. Kita harus benar-benar dari ide yang menarik menjadi seorang affiliate itu gimana. Jadi pembeda dari affiliate yang lain, kita harus benar-benar memiliki ciri khas tersendiri sih kak untuk tahun kedepannya. Dan mungkin lebih konsisten lagi untuk mengupload kontennya. Jadi satu hari bisa tiga konten, itu mungkin kedepannya kayak gitu kak.

Peneliti: Oke, mungkin kamu punya saran gak sih untuk teman-teman di luar sana yang baru mau mencoba menjadi affiliate tapi mereka mungkin masih takut-takut? Kira-kira kamu punya saran atau tips and trick mungkin?

Narasumber: Untuk saran sendiri mungkin lebih tepatnya kesabaran. Sabar untuk mikirin konten, sabar untuk kalau gak ada yang beli atau ngeklik yaudahlah gimana lagi kita harus cari perbaikan gimana caranya orang itu bisa mengeklik keranjang kita. Jadi sarannya mungkin lebih ke kesabaran aja sih. Sabar dan telaten.

Peneliti: Oke, untuk pertanyaan terakhir nih, kira-kira ada hal lain gak sih yang mau kamu sampaikan soal pengalaman kamu menjadi affiliate dari 2022 ya?

Narasumber: Untuk pengalaman aku yang ingin aku sampaikan itu mungkin yang baru mulai itu kalian harus tetap sabar, harus tetap konsisten untuk menjadi seorang affiliate. Karena emang kalau pemula itu masih agak susah nyari yang tertarik dengan konten kita. Jadi ya kalian harus pandai-pandai memperbaiki konten kalian itu gimana baiknya untuk menarik penonton dan ingin mengekliknya. Jadi ya sabar dan telaten.

Peneliti: Oke, dari aku pertanyaannya sih gitu aja sih. Mungkin kamu ada yang mau ditanyain mengenai penelitian aku mungkin?

Narasumber: Gaada sih kak.

Peneliti: Oke, kalau gitu terima kasih karena udah mau menjadi narasumber aku di penelitianku kali ini. Makasih banyak Tiara.

Narasumber 6**Shafira, 19 Tahun****22 Juni 2025**

Peneliti: Aku mulai ya, Kak, wawancaranya. Kita masuk ke sesi profiling dulu ya, Kak. Tadi boleh dijelaskan lagi nama dan usianya?

Narasumber: Oke, nama aku Shafira, S-H-A-F-I-R-A. Terus umurnya 19 tahun. Aku saat ini lagi di kuliah.

Peneliti: Oke. Kakak sejak kapan sih, Kak, jadi afiliator?

Narasumber: Oke, sejak tahun 2020.

Peneliti: Wah, udah lama ya? Berarti 5 tahunan ya, Kak?

Narasumber: Ya, tapi intensenya itu baru tahun kemarin, tahun 2024.

Peneliti: Oke, 2024. Kakak jadi afiliator di platform apa, Kak?

Narasumber: Oke, aku ada di Alphagif, terus juga Shopee pastinya.

Peneliti: Terus ini sih, TikTok. TikTok Shop ya, Kak?

Narasumber: Iya, betul.

Peneliti: Oke, nah kalau kerjaan jadi afiliator ini pekerjaan utamanya kakak atau sampingan aja sih?

Narasumber: Sampingan aja ya, kan aku sendiri sibuk sama kuliahan gitu.

Peneliti: Oke, berarti *side hustle*-nya jadi afiliator ya sampingannya?

Narasumber: Iya.

Peneliti: Dulu waktu awal mula jadi afiliator itu kan tahun 2020 ya kak, itu awal mula tertariknya karena apa sih?

Narasumber: Karena afiliator tuh jadi fleksibel ya. Jadi aku tuh waktu itu kan banyak waktu luang, masih SMA. Waktu kelas 12 kan lulus, nganggur tuh tahun 2024 tuh intensinya. Nah itu tuh aku mikir, ngapain ya? Jadi aku mau nyari uang gitu dari freelance afiliator.

Peneliti: Oke. Kalau misalkan menurut kakak sendiri, pekerjaan afiliator itu apa sih? Kayak ngapain aja?

Narasumber: Yang jelas mempromosikan produk ya. Banyak orang lain, terus juga kita mengenalkan kan, mengenalkan fungsinya itu apa. Terus juga aku juga sesekali ngajak orang lain tuh jadi afiliator gitu sih kak.

Peneliti: Oh gitu. Menurut kakak, pekerjaan jadi afiliator ini kalau dibandingin sama pekerjaan formal yang kayak pagi ke sore kayak kantor gitu apa sih kak? Kakak liatnya gimana?

Narasumber: Dari itu sih waktunya kan fleksibel ya. Tapi ya itu minusnya itu penghasilannya nggak tetap.

Peneliti: Oke, tapi menurut kakak jadi afiliator itu fleksibel gak sih? Kayak bisa dikerjain kapan aja atau dimana aja atau pas senggangnya aja gitu?

Narasumber: Iya, betul. Fleksibel banget waktunya, dimana aja, disela-sela waktu kan. Terus juga tempatnya juga gak harus dateng onsite. Jadwalnya juga gak harus aku pagi sore gitu yang kayak kerjaan tetap gitu.

Peneliti: Tadi kan kakak cerita kalau kakak ini sekarang baru masuk kuliah ya, baru-baru kuliah. Nah itu gimana sih kak cara bagi waktunya antara kegiatan utama kakak sebagai mahasiswi sama aktivitas sebagai afiliator?

Narasumber: Oke. Aku ya kan, bagi lagi kan. Afiliator ini kan kerjanya itu fleksibel, juga perkuliahan gue juga fleksibel kak kebetulan. Jamnya juga gak nentu. Jadi misalkan ada kuliah pagi, sore sampai malam itu tendang free, kan. Terus aku jadi ya gitu, nyambi affiliate. Terus kalau misalkan pagi, siang, sorenya udah full, nanti malamnya jadi promosiin affiliate. Gitu sih kak.

Peneliti: Oke oke, jadi ngeliat kapan kosongnya aja gitu ya kak?

Narasumber: Iya kak.

Peneliti: Nah tadi kan kakak bilang kalau misalkan jadi afiliator itu kan fleksibel ya. Nah, kira-kira fleksibilitas ini tuh menjadi alasan utama kakak nggak sih untuk milih profesi ini?

Narasumber: Iya, tentu. Ya, kan mula fleksibel, jadi kan kapanpun bisa kan. Kita mau stop pun, yaudah bisa. Iya, jadi ini alasan utamanya sih karena waktunya yang fleksibel.

Peneliti: Oke. Nah, Kak, bisa dijelaskan nggak sih berapa rata-rata penghasilan yang kamu peroleh dari aktivitas menjadi afiliator? Kalau misalkan kamu nggak bisa jawab secara angka, di range-nya juga boleh kayak antara berapa dan berapa? Karena kan pasti penghasilannya naik turun ya, kayak nggak stabil.

Narasumber: Oke. Mungkin untuk range-nya per bulan itu bisa. Aku pernah tuh yang tahun 2020 tuh bisa sampai sejuta, Kak. Terus kalau yang sekarang-sekarang ini paling berapa ratus ribu lah, pasti puluh. Tapi semakin ini tuh kan semakin banyak pesaingnya.

Peneliti: Emang aku lihat juga dari narasumber-narasumber yang lain, mereka waktu awal mula mereka menjadi afiliator tuh ada yang sampai 9 juta, Kak, teman

aku. Nah, terus sekarang tuh mereka cuma dapet kayak sejuta, berapa ratus ribu gitu, ternyata menurun. Karena ternyata sekarang afiliator tuh udah banyak banget pesaingnya. Oke aku lanjut ya. Nah tadi dengan penghasilan yang kamu dapet, menurut kamu sebanding gak sih sama apa yang kamu kerjain? Kayak mungkin dari sisi kayak ngedit kayak gitu kan capek kan. Dari yang kamu dapetin tuh worth it gak sih sebenarnya?

Narasumber: Menurut aku ya aku sendiri termasuk orang yang effortless. Jadi kan karena banyaknya template-template gitu, aku jadi gak perlu ngedit-ngedit terlalu banyak juga. Aku gak mengharapkan lebih sama affiliate ini. Balik lagi, ini kan cuma freelance. Jadi aku gak ngandelin ini doang sih gitu kan.

Peneliti: Oke, oke, oke. Nah, tapi apakah penghasilan yang kamu dapet dari affiliating ini cukup gak sih buat memenuhi kebutuhan pribadi kamu?

Narasumber: Cukup, cuma buat jajan aja sih.

Peneliti: Oke, kayak jajan gitu mungkin ya?

Narasumber: Oh iya, betul. Kayak jajan gitu. Ya, yang receh-receh sih kalau menurut saya, Kak.

Peneliti: Tapi, dengan mendapatkan uang segitu, kamu puas nggak sih?

Narasumber: Kurang sih, Kak. Ya kan, inginnya kan kebutuhannya semua tercukupi dengan uang segitu. Jadi orang tadi ya sudah bersyukur saja mungkin ya. Ini juga balik lagi ini kan cuma freelance, cuma di waktu kosong. Jadi ngarepin apa gitu sih kan.

Peneliti: Oke oke oke. Tapi ke depannya kamu lihat profesi ini sebagai berpotensi gak sih untuk jadi penghasilan utama ke depannya?

Narasumber: Kurasa enggak sih, karena kan banyak lagi pesaing-pesaing juga. Karena affiliate orang lain yang mungkin lebih niat, cara mempersembahkannya lebih wow dari saya. Jadi mungkin, jangan deh. Ini emang senang-senang aja gitu.

Peneliti: Oke, oke. Tapi kalau misalkan kamu boleh milih nih, kamu mau enggak sih tetap jadi afiliator, tetap menjalani profesi ini dalam 5 tahun ke depan?

Narasumber: Tetap mau sih.

Peneliti: Nah, untuk temen-temen di sana yang belum jadi afiliator dan baru mau, kira-kira kamu ada saran gak sih untuk temen-temen yang baru mau mulai mencoba?

Narasumber: Yang pertama itu ini sih ya, kita nyari tau dulu platformnya. Platformnya bener-bener kamu tuh bisa naik di situ. Jadi enggak nyebar. Terus juga fokus ke satu platform aja menurut aku ya. Terus konsistennya pasti dan ngerti tren-tren sekarang. Gitu sih, Kak.

Peneliti: Oke, oke, oke. Ini pertanyaan terakhir nih, Kak. Kira-kira ada yang mau kamu sampaikan enggak sih soal pengalaman kamu selama jadi afiliator?

Narasumber: Ini sih ya, lebih dari tren-tren gitu sih, Kak. Jadi lebih cepat tanggap, terus juga tahu produk yang emang bener-bener mau tren sebelum tren ataupun yang lagi tren. Terus juga harus disiplin ya. Disiplin tuh dalam hal ini, kayak konsisten. Kita mau promosi apa, terus konsisten juga. Kalau bisa sih jangan stuck, naik terus gitu kan. Terus juga kreativitas ya sangat dibutuhkan kan dalam afiliator. Kita harus kreatif tentang gimana kita cara menyediakan konten yang pas.

Peneliti: Oke, baik. Makasih banyak Kak Syafira. Ini aku mau berterima kasih lah. Udah mau ngeluangin waktu untuk jadi narasumber penelitian aku. Aku bingung

nih harus gimana. Maksudnya kayak gak gampang sih untuk nge-share informasi kayak gini ya sama orang lain sebenarnya. Makanya aku mau bilang makasih banget ya Kak udah bantuin aku di penelitian aku.

Narasumber: Sama-sama Kak.

Narasumber 7**Tiara Muttahari, 20 Tahun****22 Juni 2025**

Narasumber: Oke, perkenalkan saya Kayla. Saya lagi di tengah-tengah penelitian skripsi untuk semester akhir saya. Jadi judul penelitian saya itu adalah Persepsi Generasi Z terhadap *Side hustle* Affiliate sebagai Pilihan Karir di Era *Gig economy*. Nah sebelumnya boleh perkenalkan dulu Kak sebagai narasumber namanya siapa dan umurnya berapa?

Narasumber: Tiara Muttahari, dipanggilnya Tiara. Umurnya 22 tahun.

Peneliti: Oke, sekarang ini kamu kesibukannya lagi ngapain sih? Kerja, kuliah, sekolah mungkin?

Narasumber: Lagi kuliah.

Peneliti: Oke, kuliah semester?

Narasumber: Semester 6.

Peneliti: Kamu mulai awal jadi affiliator itu kapan sih? Sama kamu pakai platform apa untuk kegiatan kamu sebagai affiliator?

Narasumber: Oke, kalau afilitor itu aku mulainya dari sekitar 2 tahun lalu kayaknya dan itu di TikTok.

Peneliti: Oke, berarti mulainya dari tahun 2023 ya?

Narasumber: Iya betul.

Peneliti: Kegiatan kamu jadi afilitor ini pekerjaan utama atau sampingan aja?

Narasumber: Itu sampingan aja sih, karena kan sambil kuliah juga.

Peneliti: Oke, dulu waktu awal kamu jadi afilitor apa sih yang bikin kamu tertarik?

Narasumber: Dulu tuh awalnya tuh kayak ya iseng aja, kepo gitu, karena kan emang suka konten juga, jadi awalnya nyobain aja dan ternyata ya lumayan seru juga sih.

Peneliti: Oke, nah menurut kamu kalau misalkan personal opinion aja nih, pekerjaan sebagai afilitor tuh kayak apa sih? Ngapain aja gitu?

Narasumber: Kalau afilitor itu kan sebenarnya dia tergantung dari orangnya sendiri ya, apakah dia emang secara mandiri melakukan afiliasinya atau emang tuntutan dari brand gitu kan. Nah jadi menurut aku tuh afilitor tuh lebih ke gimana ya, salah satu yang menguntungkan orang-orang yang hobi buat nge-share suatu hal gitu kan, kayak produk gitu-gitu. Kayak gitu sih.

Peneliti: Tapi menurut kamu pekerjaan sebagai afilitor ini kalau dibandingin sama profesi kantoran atau kayak pekerjaan formal lainnya tuh apa sih?

Narasumber: Kalau menurutku afilitor ini dia kan lebih ada dinamikanya kan dibandingkan pekerjaan kantoran, karena kan kantoran kan udah kayak udah pasti, udah jelas gitu kan strukturnya, jadwalnya dan lain-lainnya dan juga kayak pendapatannya juga kan lebih jelas ya kalau pekerjaan formal dan kalau misalkan afilitor kan dia gak tentu gitu.

Peneliti: Oke, menurut kamu jadi afilitor itu fleksibel gak sih bisa dikerjain kapan aja gitu dimana aja?

Narasumber: Kalau dibilang fleksibel, cukup fleksibel, cuman ya balik lagi kayak tadi yang aku bilang mandiri atau emang dia afilitor dari itu.

Peneliti: Oke, nah kamu kan tadi udah mention di awal kalau misalkan kamu tuh sekarang lagi kuliah ya, nah gimana sih cara kamu membagi waktu antara kegiatan utama kamu sebagai mahasiswa dengan aktivitas sebagai afilitor?

Narasumber: Oke, pastinya kalau itu kan afilitor kan itu sampingan ya, jadi aku tetap prioritasin dulu kuliah, tugas-tugas dan lain sebagainya, baru misalkan ada waktu luang, di sela-sela waktu luang aku coba buat urusan di afililator, misalkan kayak bikin briefingnya atau ngetag kontennya gitu.

Peneliti: Menurut kamu fleksibilitas itu menjadi alasan utama gak sih, alasan kamu memilih profesi sebagai afililator ini?

Narasumber: Iya, menurut aku fleksibilitas itu salah satu alasan utama, karena kan emang aku diawalinya juga karena emang iseng-iseng aja pengen coba dan juga emang seneng share-share hal-hal kayak produk-produk gitu, jadi dan gak terlalu banyak tuntutan tersendiri gitu, jadi bisa aku sendiri yang ngatur, kecuali kalau misalkan ada kesepakatan sama brand itu menyesuaikan juga, jadi cukup enak sih menurutku.

Peneliti: Oke baik, nah kita sekarang move on ke section penghasilan dan harapan finansial kamu ya, kira-kira bisa dijelaskan gak sih berapa rata-rata penghasilan yang kamu peroleh dari aktivitas menjadi afililator, kalau misalkan kamu gak bisa jawab eksak angka, mungkin bisa dikasih range-nya berapa?

Narasumber: Oke, kalau misalkan rata-rata itu beda-beda ya per produknya, itu biasanya kalau misalkan produknya itu emang lagi ngetrend, biasanya income-nya itu lebih banyak dibandingkan biasanya. Kalau aku pribadi karena aku emang cuma sekedar hobi aja, jadi gak begitu yang terlalu banyak posting, gak terlalu banyak ngepost afiliasi, jadi kalau dari aku sendiri itu di sekitar 100-200 ribuan lah per bulannya.

Peneliti: Dengan gaji yang kamu dapetin selama sebulannya kayak gitu, menurut

sebanyak itu, menurut kamu sebanding gak sih dengan apa yang kamu kerjain, kayak misalkan dari take content, drafting, edit, itu kira-kira worth it gak sama hasil yang kamu dapetin?

Narasumber: Menurutku sih cukup worth it ya, karena kan rata-rata itu aku juga mendapatkan produknya secara gratis juga kan, jadi fee yang aku dapetin tadi yang 100-200 ribuan kan itu fee dari entah dari brandnya atau dari si platform afiliasinya, jadi cukup worth it sih.

Peneliti: Oke, nah dan salary yang kamu dapet dari kegiatan afiliasi ini, menurut kamu cukup gak sih untuk memenuhi kebutuhan pribadi?

Narasumber: Oke, karena mungkin kalau dari aku sendiri, karena kan emang masih dibiayain sama orang tua, jadi penghasilan yang dari aku dapetin dari afiliasi ini aku pakai untuk misalkan untuk main atau jajan, jadi masih cukup bisa ini lah, nge-backup.

Peneliti: Nge-backup yang kecil-kecil gitu mungkin?

Narasumber: Iya, betul.

Peneliti: Oke, tapi dengan uang yang kamu dapetin, kamu puas gak sih dengan salary yang kamu dapet sebagai afilator?

Narasumber: Alhamdulillah cukup puas sih kalau aku.

Peneliti: Oke, apakah kamu melihat profesi ini sebagai afilator berpotensi menjadi sumber penghasilan utama kedepannya?

Narasumber: Kalau dibilang jadi sumber penghasilan utama, kayaknya kalau untuk aku pribadi itu belum. Cuma ada kemungkinan itu bisa jadi penghasilan utama kalau semisal ngeliat catatan aku bisa konsisten gitu.

Peneliti: Oke, berarti gak fokusin?

Narasumber: Iya.

Peneliti: Berarti kalau misalkan kamu plannya lebih fokus, berarti berpotensi gitu menjadi sumber penghasilan utama?

Narasumber: Iya. Betul.

Peneliti: Kita sekarang udah masuk ke penghujung wawancara nih. Jadi aku bakal kayak pertanyaan-pertanyaan untuk ngerileksin aja nih. Aku punya beberapa pertanyaan untuk penutupan. Oke. Kalau misalkan kamu boleh milih, kamu mau gak sih tetap jadi afilitor dalam lima tahun ke depan?

Narasumber: Oh pastinya mau. Karena kan emang aku juga kalau di sela-sela kesibukan atau lagi senggang, gabut ya aku larinya ke afilitor gitu.

Peneliti: Oke. Nah, kamu ada saran gak sih? Saran atau kayak tips and trick untuk teman-teman yang baru mau coba jadi afilitor tapi mereka masih takut atau kayak belum berani gitu?

Narasumber: Oke, kalau misalkan saran dari aku udah pasti yang pertama itu harus percaya diri. Apapun yang disampaikan di konten-kontennya itu harus sesuai dengan preferensi sendiri gitu. Harus sering-sering riset. Kayak misalkan kalau di TikTok nih harus tahu nih banyak-banyak riset sound apa aja yang bisa dipakai buat konten afiliasi, apa aja sound yang gak bisa dipakai gitu kan. Yang utama adalah harus konsisten. Gitu sih.

Peneliti: Oke, pertanyaan dari aku segitu aja sih untuk penelitian yang aku butuhin.

Kira-kira kamu sendiri mau ada yang ditanyain gak mengenai penelitian aku atau

prosedur gimana nanti jawaban-jawaban dari kamu tuh masuk ke data kolek buat aku?

Narasumber: Nggak ada sih.

Peneliti: Terima kasih Tiara.

Narasumber: Thank you juga.

Narasumber 8**Jihan Zhafira, 20 Tahun****23 Juni 2025**

Peneliti: Oke, selamat pagi. Perkenalkan nama saya Kayla Keysha. Saya sekarang lagi kuliah semester 6. Dan kamu bakal jadi narasumber di penelitian saya yang berjudul Persepsi Generasi Z terhadap *Side hustle* Affiliate pada Era Geek Economy. Nah, sebelumnya kamu boleh jelasin nama dan panggilan kamu siapa?

Sekarang usianya berapa?

Narasumber: Oke, halo. Nama aku Jihan Zafira, panggilannya Jihan. Usia 22 tahun.

Peneliti: Oke. Saat ini kamu lagi sibuk apa sih? Kuliah, kerja, atau masih sekolah mungkin?

Narasumber: Saat ini lagi sibuk kerja aja.

Peneliti: Oke. Nah, boleh tahu nggak sih sejak kapan kamu mulai jadi affiliate?

Nah, kamu tuh affiliate di platform apa?

Narasumber: Oke, jadi mulai affiliate itu dari tahun 2024, tahun lalu. Dan platform afiliasinya itu di Shopee, terus nanti promosinya di Instagram.

Peneliti: Oke. Nah, pekerjaan kamu sebagai affiliate ini, pekerjaan utama kamu atau sampingan aja?

Narasumber: Pekerjaan sampingan.

Peneliti: Oke, tapi berarti kamu masih fokusnya ke pekerjaan utama kamu ya?

Narasumber: Iya, betul.

Peneliti: Oke. Apa sih yang bikin kamu pertama kali tertarik untuk jadi affiliate?

Narasumber: Sebenarnya ini karena pekerjaan saya juga yang nyambung sama affiliate, terus ya lumayan buat jajan tambahan.

Peneliti: Oke. Tapi menurut kamu sendiri nih, pekerjaan sebagai affiliate itu kayak apa sih? Kayak ngapain aja menurut kamu personal opinion?

Narasumber: Affiliate itu jadi kita mempromosikan suatu produk dari suatu brand, terus nanti kalau misalnya ada penghasilan atau ada yang beli dari apa yang kita promosiin, nanti kita dapat komisi atau imbalan dari brand tersebut.

Peneliti: Oke. Nah, karena kamu punya pekerjaan formal yang kayak 8 to 5, yang pekerjaan utama kamu, gimana sih kamu ngeliat pekerjaan utama kamu yang formal dibandingkan dengan pekerjaan kamu sebagai affiliate?

Narasumber: Ya, sebenarnya kalau dibandingin, tetap pekerjaan utama itu yang harus dikerjain all the time gitu ya. Cuman kalau affiliate ya tetap pekerjaan sampingan, cuman lumayan banget buat jajan tambahan.

Peneliti: Oke. Aku bakal masuk ke section fleksibilitas dan keseimbangan waktu kamu sebagai affiliate ya. Nah, menurut kamu pekerjaan menjadi affiliate itu fleksibel gak sih? Kayak bisa dikerjain kapan aja dan dimana saja?

Narasumber: Fleksibel banget, soalnya kita bisa ngerjainnya dimana aja dan kapan aja.

Peneliti: Oke. Nah, kamu kan tadi mention di awal kalau kamu tuh punya pekerjaan utama kan. Gimana caranya kamu membagi waktu antara kegiatan kamu yang utama dengan aktivitas sebagai affiliate?

Narasumber: Dari yang aku udah mention sebelumnya juga, kalau misalnya affiliate ini berhubungan sama kerjaan utama aku, jadi pas ngerjain kerjaan utama ini juga termasuk kerjaan affiliate gitu.

Peneliti: Oke. Tadi kan kamu bilang di awal kalau misalnya pekerjaan sebagai affiliate itu fleksibel ya. Nah, alasan ini nih menjadi alasan utama kamu untuk memilih profesi ini atau enggak?

Narasumber: Iya betul, karena fleksibel.

Peneliti: Oke. Nah, bisa dijelasin gak sih berapa rata-rata penghasilan yang kamu peroleh dari aktivitas jadi affiliate ini? Kalau misalkan kamu gak bisa mention angkanya, kamu bisa mention range-nya dari berapa ke berapa gitu.

Narasumber: Oke. Mungkin range-nya ini per tahun atau per bulan?

Peneliti: Per bulan mungkin bisa 1 juta sampai 3 juta.

Narasumber: Oke. Tapi ini berubah-ubah ya tiap bulannya atau gimana?

Peneliti: Iya, berubah-ubah. Tergantung seringnya aku post juga sih.

Peneliti: Oke. Nah, pekerjaan ini menurut kamu penghasilannya worth it gak sih sama apa yang kamu kerjain? Dari mulai kalau misalkan afiliasi itu kan berarti kamu take content sendiri, ngedit sendiri kan. Nah, itu dengan uang yang kamu dapetin kira-kira sebanding gak sama apa yang kamu kerjain?

Narasumber: Sebenarnya sebanding ya. Soalnya sebenarnya affiliateaku tuh cuman posting di story, link, udah that's it. Jadi gak yang effort juga sih. Jadi sangat sebanding dan worth it.

Peneliti: Oke, nah penghasilan yang tadi kamu sebutin cukup gak sih untuk memenuhi kebutuhan pribadi kamu?

Narasumber: Untuk kebutuhan pribadi mungkin belum, tapi kalau untuk tambahan ya banget.

Peneliti: Oke, tapi dengan uang segitu kamu puas atau enggak?

Narasumber: Puas, karena enggak yang effort banget gitu loh. Karena mungkin enggak yang affiliate 24 jam yang full time affiliate kali ya. Tapi kalau misalnya full time affiliate mungkin dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan mungkin sangat puas.

Peneliti: Oke, kamu melihat profesi ini berpotensi enggak sih menjadi sumber penghasilan utama kamu kedepannya?

Narasumber: Ya itu kalau misalnya full time affiliate mungkin bisa ya jadi sumber penghasilan utama. Cuman karena penghasilan yang enggak menentu jadi belum bisa sih.

Peneliti: Oke, nah kita udah masuk ke session penutup nih. Nanti aku bakal tanyain beberapa pertanyaan untuk breakdown. Karena mungkin kita udah ngobrol-ngobrol banyak ya. Kalau misalnya milih, kamu mau enggak sih tetap jadi affiliate dalam 5 tahun kedepan?

Narasumber: Kalau bisa milih, mau.

Peneliti: Oke, nah kan banyak banget nih orang di sana yang mau mulai jadi affiliate cuman mereka belum berani mungkin atau belum bisa gitu. Menurut kamu, kamu punya tips and trick enggak sih untuk teman-teman di luar sana yang baru mau nyoba jadi affiliate?

Narasumber: Ya pokoknya nekat aja, cobain aja, enggak usah takut, enggak usah minder. Berapapun penghasilan kamu pas ngerjain affiliate itu ya kerjaan aja.

Karena kalau misalnya rutin itu pasti bakal ada aja gitu pendapatan dan bisa lebih tinggi. Jadi cobain aja.

Peneliti: Oke, nah ini pertanyaan terakhir nih. Ada hal lain enggak sih yang mau kamu sampaikan soal pengalaman kamu nih dari 2004 jadi affiliate?

Narasumber: Enggak sih, mungkin saran aja kalau misalnya kalian mau jadi affiliate, kalian harus bisa konsisten.

Peneliti: Oke, nah mungkin dari aku pertanyaannya segitu aja. Makasih ya Jihan udah mau jadi narasumber aku di kesempatan kali ini. Nanti kalau misalkan skripsi aku udah bisa dibaca, open for public nanti aku bakal kirimin kamu. Karena bakal ada nama kamu di situ.

Narasumber: Makasih.

Peneliti: Oke.

Narasumber 9**Indra Pratama, 24 Tahun****23 Juni 2025**

Peneliti: Halo, selamat siang. Perkenalkan, nama saya Kayla. Dan saya sedang melakukan penelitian dengan judul Persepsi Generasi Z terhadap *Side hustle* Affiliate sebagai pilihan karir di era *Gig economy*.

Narasumber: Oke, sebelumnya perkenalkan, aku Tama.

Peneliti: Baik. Usianya berapa, Kak, sekarang?

Narasumber: Aku udah 24 tahun.

Peneliti: Oke. Nah, saat ini kamu lagi sibuk apa nih, Kak? Kerja, kuliah, atau mungkin masih sekolah?

Narasumber: Saat ini aku masih kuliah sih.

Peneliti: Oke. Kita bakal masuk ke pertanyaan mengenai affiliatornya, Kak. Sejak kapan sih Kakak mulai jadi affiliator dan platform apa yang Kakak gunakan untuk kegiatan tersebut?

Narasumber: Untuk affiliator sih dari awal tahun 2025. Dan aku pakai di TikTok kebetulan.

Peneliti: Oke, berarti TikTok shop ya?

Narasumber: Iya.

Peneliti: Pekerjaan Kakak sebagai affiliator ini sampingan aja atau pekerjaan utama, Kak?

Narasumber: Kebetulan untuk kerjaan sampingan aja sih.

Peneliti: Oke. Dulu waktu pertama kali jadi affiliator, apa sih yang bikin Kakaknya tertarik?

Narasumber: Yang bikin aku tertarik itu kan aku suka traveling, terus ada beli barang-barang gitu kan. Mereka tuh minta dispilin barang-barangnya. Nah, mulai dari situ aku mencari informasi mengenai affiliate. Setidaknya aku bisa menunjukkan, oh ini barang yang aku pakai, ini linknya di sini nih. Nah, kalian bisa beli di situ dan lebih simpel untuk mereka membelinya.

Peneliti: Oke. Berarti dari awal tahun 2025 sampai sekarang udah sekitar 5-6 bulanan ya, Kak? Jadi affiliator. Menurut Kakak sendiri nih, pekerjaan sebagai affiliator itu kayak apa sih? Personal opinion aja.

Narasumber: Kalau untuk pekerjaan affiliator sih menurutku itu pekerjaan yang menurutku simple, nggak banyak waktu. Nggak banyak yang mengikat waktu maksudnya kayak gitu. Dan juga bisa dikerjakan di mana aja.

Peneliti: Oke. Nah, menurut Kakak sendiri profesi sebagai affiliator ini kalau dibandingkan dengan pekerjaan formal yang kayak kantoran gitu apa sih Kak bedanya?

Narasumber: Bedanya cuma di jam kerjanya sih. Kalau kita sebagai affiliator itu kan kita bisa bebas memilih jam kerja kita. Mau kerja dari malam ke pagi atau dari pagi ke siang, terserah kita. Sedangkan kalau untuk kantoran kan kita harus ngikutin office hour. Mulai dari jam 8 sampai jam 5 atau jam sekian kayak gitu sih. Itu bedanya.

Peneliti: Oke. Menurut Kakak jadi affiliator itu fleksibel nggak sih? Bisa dikerjakan kapan aja dan di mana aja?

Narasumber: Betul, fleksibel banget sih. Itu bisa dikerjain di mana aja. Sambil liburan pun bisa sih sebenarnya. Jadi itu sangat fleksibel banget.

Peneliti: Oke. Nah, tadi kan di awal Kakak mention kalau Kakak itu kesibukannya sekarang lagi kuliah. Nah, gimana sih Kak cara membagi waktu antara kegiatan utama Kakak sebagai mahasiswa dengan pekerjaan menjadi affiliator ini?

Narasumber: Nah, aku biasanya bagi waktunya itu. Misalnya nih aku kebetulan anak semester akhir nih. Kalau aku lagi ngerjain skripsi gitu. Paling ngerjain skripsi paling dari pagi sampai siang doang. Nah, untuk sisanya itu biasanya aku gunain untuk bikin konten dan untuk affiliate itu tadi. Jadi pembagian waktunya mungkin di siang atau nggak di sore atau malam kayak gitu sih.

Peneliti: Oke. Tadi kan Kakak bilang kalau misalkan pekerjaan menjadi affiliator itu fleksibel ya. Nah, apakah alasan ini tuh menjadi alasan utama Kakak untuk memilih profesi tersebut?

Narasumber: Betul. Karena kan tidak memakan waktu yang banyak gitu ya. Dan itu juga bisa dikerjakan dengan hanya bermodalkan dan ponsel.

Peneliti: Oke. Bisa dijelaskan nggak sih Kak berapa rata-rata penghasilan yang Kakak peroleh dari aktivitas menjadi affiliator ini? Kalau misalkan bisa disebutkan angka, boleh rangenya berapa sampai berapa?

Narasumber: Range di 10 sampai 20 sih. Seperti itu. 10 sampai 20 juta.

Peneliti: Pekerjaan Kakak ini penghasilannya menurut Kakak sebanding nggak sih dengan yang Kakak kerjain? Karena kan kalau misalkan affiliator tuh harus take konten, ngedit. Nah, sebanding nggak Kak?

Narasumber: Menurutku sebanding banget. Dan itu kalau misalkan kita emang merintisnya tuh susah ya. Merintisnya susah gitu. Tapi kalau kita udah pecah telur disitu, itu bener-bener udah gampang banget. Kayak kita tidur itu bisa dapet duit. Kayak gitu sih Kak. Makanya fleksibel dan gampang banget.

Peneliti: Oke. Nah, penghasilan yang tadi Kakak sebutin itu cukup nggak sih Kak untuk memenuhi kebutuhan pribadi?

Narasumber: Alhamdulillah sudah tercukupi. Bahkan sangat-sangat mencukupi sih Kak.

Peneliti: Oke. Nah, dengan penghasilan yang tadi Kakak sebutin juga, apakah Kakak puas dengan mendapatkan uang sebanyak itu sebagai affliator?

Narasumber: Masih belum sih. Pasti affliator tuh belum bisa dijadikan untuk pekerjaan utama. Karena kita nggak tahu seperti apa nantinya kedepannya. Jadi kita harus masih tetap mencari untuk pekerjaan utama.

Peneliti: Nah, tapi profesi sebagai affliator ini menurut Kakak berpotensi nggak sih menjadi sumber penghasilan utama Kakak kedepannya?

Narasumber: Berpotensi. Kalau emang misalkan nantinya suatu saat pemasukan utama kakak kedepannya? Berpotensi, kalau emang misalkan nanti ya suatu saat nanti mungkin ya. Udah memiliki *followers* yang banyak, konten yang semakin menarik setiap bulannya naik itu bisa menjadi pekerjaan utama.

Peneliti: Baik. Nah kalau misalkan boleh milih nih Kak, Kakak masih mau gak sih jadi affliator dalam lima tahun kedepan?

Narasumber: Kalau aku sih masih mau ya, karena itu masih masuk ke passion aku yang ke dunia digital atau kreator kayak gini. Itu masih bisa ditekunin sih untuk dunia affliator.

Peneliti: Baik. Nah di luar sana ini kan banyak banget nih Kak, ada orang yang mau mulai menjadi affliator cuman mereka belum berani atau gimana gitu. Kakak punya tips and trick gak sih Kak untuk teman-teman di luar sana yang baru mau mencoba menjadi affliator?

Narasumber: Ada. Nah kalau untuk jadi affliator sendiri itu kita harus pede, kita harus percaya diri dengan apa yang mau kita kontenin. Misalnya nih ada teman kalian yang mau minta spill, misalnya nih barang kacamata misalnya. Eh itu kacamatanya bagus, kamu beli di mana? Nah kalian bikin konten, oh iya ini aku lagi jalan-jalan di sini-sini, aku pakai kacamata ini. Buat linknya kacamata, bisa kalian cek di keren yang kuning. Jadi kontennya tuh bisa sesuai yang kalian miliki gitu, hooknya dipasin. Unik-uniknya. Unik-uniknya. Ide kalian kreatif sih gitu.

Peneliti: Oke. Pertanyaan terakhir nih Kak, kira-kira ada yang mau Kakak sampaikan gak sih seputar pengalaman Kakak jadi affliator dari awal tahun 2005? Berarti kan udah setengah tahun kan kurang lebih. Apa ada yang menarik mungkin dari pengalaman Kakak sendiri?

Narasumber: Kebetulan kalau untuk pengalaman yang paling menarik adalah untuk menjadi affliator itu ketika kalian bisa handle sebuah brand dan kalian bisa menjualkan produk dari brand itu yang paling tinggi, itu kalian bisa benar-bener dapet reward yang diluar dugaan sih. Itu pengalaman yang sangat menarik sekali. Kalau untuk pengalaman yang agak buruknya, kalian mungkin kalau untuk buat

konten di outdoor atau di luar, kalian harus menahan malu kalian sedikit karena kan itu demi konten kalian ya. Kayak gitu, itulah ada tantangan sendiri lah dari afiliasiator.

Peneliti: Oke, jawabannya udah bagus banget nih Kak. Makasih banyak karena udah menyempatkan waktunya Kakak untuk menjadi narasumber di pelatihan aku.

Kira-kira Kakak ada mau ditanyain gak mengenai pelatihan aku?

Narasumber: Pertanyaannya masih belum sih Kak.

Peneliti: Oke, terima kasih banyak ya Kak untuk waktunya. Karena udah menyempatkan untuk jadi narasumber aku, terima kasih banyak.

Narasumber 10**Kevin Saputra, 24 Tahun****25 Juni 2025**

Peneliti: Halo, selamat malam. Perkenalkan, nama saya Kayla Keysha dan saat ini kamu adalah salah satu dari beberapa narasumber saya dalam penelitian skripsi. Sebelumnya boleh perkenalkan dulu diri kamu?

Narasumber: Kevin Saputra. Ya,

Peneliti: sekarang kamu usianya berapa?

Narasumber: 25 tahun.

Peneliti: Oke, kesibukan kamu akhir-akhir ini apa nih? Apa lagi kerja, kuliah, atau masih sekolah mungkin?

Narasumber: Lagi kerja, lagi kerja freelance.

Peneliti: Oke, boleh tahu gak sih awal kamu jadi affiliator itu kapan dan platform affiliator apa yang kamu gunakan sekarang?

Narasumber: Setahun yang lalu sih pakai Shopee terus link ke Instagram dan Youtube.

Peneliti: Oke, nah pekerjaan kamu jadi affiliator ini itu adalah pekerjaan utama kamu atau sampingan aja?

Narasumber: Kebetulan sekarang lagi kerja sampingan saya.

Peneliti: Oke, dulu waktu pertama kali kamu mulai jadi affiliator apa sih yang bikin kamu tertarik?

Narasumber: Saya tertarik menjadi affiliator karena melihat peluang penghasilan dari promosi produk secara online. Ditambah fleksibilitas waktu dan perkembangan media sosial yang mendukung.

Peneliti: Oke, menurut kamu sendiri pekerjaan kayak affiliator itu ngapain aja sih? Seperti apa? Boleh dijelaskan?

Narasumber: Menurut saya pekerjaan sebagai affiliator adalah mempromosikan produk atau jasa melalui platform digital untuk menarik minat konsumen dan mendapatkan komisi dari setiap penjualan.

Peneliti: Oke, gimana sih pandangan kamu terhadap profesi sebagai affiliator ini kalau dibandingkan dengan pekerjaan formal lainnya?

Narasumber: Menurut saya sih lebih fleksibel dibandingkan pekerjaan formal. Karena bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja. Tapi pendapatnya tidak selalu stabil seperti pekerjaan formal yang memiliki gaji tetap.

Peneliti: Oke, tadi kan kamu udah mention di awal kalau misalkan pekerjaan sebagai affiliator itu fleksibel. Menurut kamu alasan ini bisa dijadikan alasan utama kenapa kamu memilih pekerjaan ini?

Narasumber: Iya, sangat fleksibel karena sekarang kita juga udah bisa go live in any social media platform untuk buat video promosinya.

Peneliti: Oke, tadi kan kamu bilang juga kalau sekarang fokus kamu adalah pekerjaan sebagai freelancer. Nah gimana sih caranya kamu membagi waktu antara pekerjaan utama kamu dengan *side hustle* kamu sebagai affiliator?

Narasumber: Karena saya mengatur waktu dan jadwal saya sendiri sebagai

freelancer. Biasanya untuk video promosi saya meluangkan waktu 2 hari dalam seminggu, tergantung pada ketersediaan produk.

Peneliti: Oke, pertanyaannya sekarang adalah bisa dijelasin berapa rata-rata penghasilan yang kamu peroleh dari aktivitas menjadi affliator?

Narasumber: Rata-rata penghasilan yang saya peroleh dari aktivitas affliator bervariasi setiap bulan, 3 juta sampai 5 juta tergantung pada jumlah produk yang berhasil dipromosikan dari tingkat konversi penjualan.

Peneliti: Oke, apakah pekerjaan ini memiliki penghasilan yang sebanding dengan apa yang kamu kerjakan?

Narasumber: Tidak. Penghasilan dari pekerjaan ini belum tentu sebanding dengan pekerjaan lain. Karena ya tidak tetap, namun bisa menjadi tambahan penghasilan yang cukup berarti.

Peneliti: Oke. Nah apakah penghasilan yang tadi kamu sebutkan cukup untuk memenuhi kebutuhan pribadi?

Narasumber: Cukup untuk memenuhi sebagian kebutuhan pribadi, tetapi saya tetap mengandalkan sumber penghasilan lain untuk stabilisasi finansial.

Peneliti: Oke. Tapi dengan uang yang kamu dapetin per bulannya itu kamu puas gak?

Narasumber: Iya, sangat memuaskan. Seperti mempunyai uang tambahan untuk keperluan sehari-hari sih.

Peneliti: Oke. Kamu melihat profesi ini berpotensi gak sih sebagai sumber penghasilan utama kamu kedepannya?

Narasumber: Menurut saya sih berpotensi banget untuk menjadi sumber penghasilan utama saya. Terutama dengan terus berkembangnya teknologi dan pemasaran digital juga dengan kenaikannya pengikutnya saya.

Peneliti: Oke. Kalau kamu boleh milih nih, mau gak sih tetap jadi affiliate dalam 5 tahun kedepan?

Narasumber: Tergantung sih. Jika saya dapat mengembangkan jumlah pengikut dari platform saya, maka saya dapat menjadikan ini sebagai penghasilan utama.

Peneliti: Oke. Sebelumnya kamu punya saran gak sih untuk orang lain yang baru mau mencoba menjadi affliator?

Narasumber: Saya menyarankan agar orang yang menjadi affiliate memiliki ketekunan, kemampuan promosi yang baik, terus belajar mengikuti perkembangan tren digital marketing. Semua orang bisa kok.

Peneliti: Oke. Terima kasih ya sudah menjadi narasumber saya pada penelitian kali ini. Kira-kira kamu ada yang mau ditanyain gak tentang penelitian yang saya kerjakan sekarang?

Narasumber: Tidak.

Peneliti: Oke. Terima kasih banyak.

Narasumber: Sama-sama.