



## *Affiliate marketing business model education in promoting keloria products*

Ahmad Afandi , Syahrul Amsari, Isra Hayati, Syahrani Devi, Fachrul Rozi Lubis  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan, Indonesia

 [syahrulamsari@umsu.ac.id](mailto:syahrulamsari@umsu.ac.id)

 <https://doi.org/10.31603/ce.8268>

### **Abstract**

The era of the industrial revolution 4.0 and globalization made major changes in various fields, one of which is technology. One of the digital marketing strategies is affiliate marketing, which allows someone to market other people's products simply by spreading promotional links. In this activity, the team held seminars and training on affiliate marketing business models in marketing keloria products which aimed to increase participants' knowledge of digital marketing and affiliate marketing and encourage participants to join as affiliate partners of PT. Keloria Moringa Jaya. This seminar and training was carried out in 3 stages, namely preparation, seminar and training, and evaluation. The evaluation results show the participants' satisfaction with the training material and design presented. In addition, this activity succeeded in increasing participants' knowledge about digital marketing, especially social media marketing and affiliate marketing-based marketing models.

**Keywords:** Training; Digital marketing; Affiliate marketing; Keloria

## **Edukasi model bisnis *affiliate marketing* dalam pemasaran produk keloria**

### **Abstrak**

Era revolusi industri 4.0 dan globalisasi membuat perubahan besar di berbagai bidang yang salah satunya ialah bidang teknologi. Salah satu strategi pemasaran digital adalah *affiliate marketing* yang memungkinkan seseorang dapat memasarkan produk orang lain hanya dengan menyebarkan link promosi. Dalam Kegiatan ini, tim pengabdian membuat seminar dan pelatihan model bisnis *affiliate marketing* dalam memasarkan produk keloria yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan peserta terhadap *digital marketing* dan *affiliate marketing* serta mendorong peserta untuk bergabung sebagai mitra *affiliate* dari PT. Keloria Moringa Jaya. Seminar dan pelatihan ini dilaksanakan dengan 3 tahapan pelaksanaan yaitu persiapan, seminar dan pelatihan, dan evaluasi kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan kepuasan peserta terhadap materi dan desain pelatihan yang disajikan. Selain itu, kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan peserta tentang digital marketing, khususnya sosial media marketing dan model pemasaran berbasis *affiliate marketing*.

**Kata Kunci:** Pelatihan; Pemasaran digital; Pemasaran afiliasi; Keloria

## **1. Pendahuluan**

Kejadian Era revolusi industri 4.0 dan globalisasi membuat perubahan besar di berbagai bidang yang salah satunya ialah bidang teknologi. Perkembangan teknologi yang pesat

berdampak pada perubahan sistem kehidupan. Salah satu kebutuhan pokok manusia. Salah satu manfaat dari teknologi ini dapat memudahkan pekerjaan manusia dari segi tenaga, biaya maupun waktu (Sunjaya & Priyanto, 2020). Begitu juga dalam dunia usaha atau bisnis persaingan antar pelaku bisnis satu dengan yang lainnya menjadi semakin ketat. Para pelaku bisnis ataupun calon pelaku bisnis perlu paham bahwa strategi berperan penting dalam memaksimalkan pemasaran untuk keberhasilan mendatangkan pelanggan dan meningkatkan profit perusahaan.

Suatu usaha baik aktivitas produksi, distribusi hingga ranah pemasaran dinilai lebih efektif dengan bantuan teknologi. Pemasaran suatu barang akan lebih mudah dalam menyampaikan informasi melalui internet. Sehingga di era digital setiap organisasi, perusahaan maupun institusi diharap mampu melakukan kegiatannya dengan mengoptimalkan teknologi digit (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Dalam artian pemanfaatan teknologi membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, tak terkecuali dalam ekonomi bisnis.

Salah satu strategi pemasaran digital yang sering dipakai oleh para pemilik produk adalah *affiliate marketing* atau afiliasi pemasaran. *Affiliate marketing* yaitu sistem upah berbasis komisi yang diberikan oleh pemilik produk kepada seseorang yang berhasil mempromosikan produk kepada orang lain (Prayitno & Raharjanti, 2017). Pelaksanaan Kerja sama afiliasi ini dengan menggunakan link yang terhubung dengan situs pemilik produk / *merchant*. Komisi yang didapat oleh pemasar produk / peserta afiliasi yakni dari persentase hasil penjualan produk atau cara lain yang digunakan oleh kedua belah pihak yang bekerja sama.

PT. Keloria Moringa Jaya adalah perusahaan yang memproduksi dan memasarkan produk halal berbahan baku daun kelor secara konsisten dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen serta mengutamakan kepuasan pelanggan melalui inovasi. Untuk dapat meningkatkan penjualannya PT. Keloria Moringa Jaya juga melakukan penjualan secara online. Berdasarkan hal tersebut Tim Pengabdian setelah berkoordinasi dengan mitra yakni PT. Keloria Moringa Jaya bersepakat untuk melakukan seminar dan pelatihan yang diselenggarakan selama satu hari dalam 2 sesi untuk 350 orang peserta baik itu dari masyarakat umum maupun mahasiswa. Dalam Kegiatan ini tim pengabdian membuat seminar dan pelatihan model bisnis *affiliate marketing* dalam memasarkan produk keloria yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan peserta terhadap *digital marketing* dan *affiliate marketing* serta mendorong peserta untuk bergabung sebagai mitra *affiliate* dari PT. Keloria Moringa Jaya sehingga dapat memperluas jaringan mitra sehingga memaksimalkan penjualan produk Seminar dan pelatihan ini dilaksanakan dengan 3 tahapan pelaksanaan: yaitu identifikasi masalah mitra, pelaksanaan Pelatihan, serta evaluasi kegiatan pelatihan. Sehingga diharapkan dengan dilaksanakannya seminar dan pelatihan dapat memberikan pemahaman kepada peserta tentang bisnis *affiliate marketing* yang bertujuan untuk dapat memperluas jaringan mitra dari PT. Keloria Moringa Jaya.

## 2. Metode

---

Metode pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dengan 3 tahapan, yaitu identifikasi permasalahan mitra, dilanjutkan dengan Pelaksanaan Seminar & Pelatihan dan terakhir Evaluasi (Afandi & Mursyid, 2022; Muadz & Riyanto, 2022), rinciannya adalah sebagai berikut:

### 2.1. Persiapan dan perencanaan

Dalam melakukan identifikasi permasalahan mitra, Tim Pengabdian mengadakan pertemuan dengan pemilik PT. Keloria Moringa Jaya, untuk menggali permasalahan yang ada terkait dengan pemasaran produk keloria, bentuk pelatihan yang dibutuhkan yakni model bisnis *affiliate marketing*, waktu pelaksanaan kegiatan, dan profil peserta yang akan mengikuti pelatihan.

### 2.2. Pelaksanaan pelatihan

Paparan materi edukasi model bisnis *affiliate marketing* dalam pemasaran produk keloria yang dilaksanakan secara langsung dengan tatap muka dengan metode seminar dan pelatihan materi yang telah dipersiapkan dilanjutkan dengan, diskusi materi dan tanya jawab, aktivitas pelaksanaan pelatihan dilaksanakan pada 29 November 2022 dalam dua sesi di aula Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

### 2.3. Hasil dan evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil efektivitas dari kegiatan seminar & pelatihan yang telah dilakukan. Kegiatan Seminar & Pelatihan dapat diketahui berjalan secara efektif atau tidak dapat diketahui dari pengalaman para peserta. Evaluasi dilakukan dengan cara mengirimkan kuesioner melalui Google Form yang kemudian dikirimkan kepada seluruh peserta.

## 3. Hasil dan Pembahasan

---

### 3.1. Persiapan dan perencanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan persiapan dan perencanaan kegiatan dimana tim pengabdian melakukan pertemuan dengan Direktur PT. Keloria Moringa. Pertemuan ini dilaksanakan pada tanggal 02 November 2022, dalam pertemuan ini hadir pemilik langsung PT. Keloria Moringa Jaya dan dalam pertemuan tersebut pemilik PT. Keloria menuturkan bahwa saat ini tengah berupaya untuk lebih meningkatkan penjualan secara masif dan strategis melalui *digital marketing* agar dapat meningkatkan omset.

Saat ini PT. Keloria Moringa jaya sudah mampu melakukan ekspor ke beberapa negara seperti Australia, namun di Indonesia sendiri masih perlu ditingkatkan. Pelatihan yang dibutuhkan adalah model bisnis *affiliate marketing* agar dapat memperluas jaringan mitra kerja sehingga mampu meningkatkan penjualan serta omset. Dari hasil pertemuan ini disepakati bahwa pelaksanaan kegiatan pelatihan direncanakan akan dilaksanakan pada 29 November 2022 dalam 2 sesi, yakni pagi dan sore. Sementara untuk tempat pelaksanaan direncanakan dilaksanakan di Aula Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

### 3.2. Pelatihan *affiliate marketing*

Pelaksanaan seminar dan pelatihan ini dilaksanakan sehari penuh dalam dua sesi kegiatan, yakni pada sesi pertama di pagi hari sampai dengan siang dengan jumlah 175 orang peserta serta pada sesi kedua dilaksanakan pada siang hari sampai dengan sore hari dengan jumlah 175 orang peserta dan total keseluruhan 350 orang peserta di mana peserta terdiri dari masyarakat umum dan mahasiswa. Pembagian sesi ini bertujuan agar pelatihan dapat lebih efektif.

Pada seminar dan pelatihan edukasi bisnis *affiliate marketing* ini menghadirkan tiga orang narasumber yang berlatar belakang akademisi dan praktisi sehingga dapat memaksimalkan dalam penyampaian materi pada kegiatan tersebut. Materi pertama

diisi oleh Ahmad Afandi Surbakti, S.Kom., MM. dari unsur akademisi ([Gambar 1](#)). Dalam pemaparannya ia menyampaikan materi tentang model bisnis digital berbasis *affiliate marketing* dan bagaimana para peserta dapat membangun bisnis *affiliate marketing* dengan memanfaatkan platform yang telah dikembangkan dari kegiatan hibah kedaireka sehingga dapat menjadi sumber penghasilan tambahan bagi para peserta dengan memasarkan produk UMKM secara digital.

Pemateri kedua diisi oleh Syahrani Devi, M.I.Kom. dari unsur praktisi dan juga pemilik dari PT. Keloria Moringa Jaya. Beliau menyampaikan materi tentang produk Keloria yang banyak manfaat serta khasiat sehingga menjadi salah satu produk UMKM yang tidak hanya laku di skala Nasional namun juga Internasional. Pemateri ketiga diisi oleh Marzuki Halim dari unsur praktisi. Dalam paparannya menyampaikan bagaimana memaksimalkan sosial media sehingga tidak hanya untuk kepentingan pribadi namun juga dapat dijadikan peluang dalam mengembangkan usaha.



[Gambar 1. Penyampaian materi pelatihan](#)

Materi pelatihan dimulai dengan mengajak peserta untuk berkomitmen dalam mengikuti pelatihan hingga akhir dan bersedia menjadi bagian *affiliate marketing*. Peserta pelatihan sangat antusias dalam setiap proses pelatihan baik di pagi hari maupun pada siang harinya ([Gambar 2](#)).



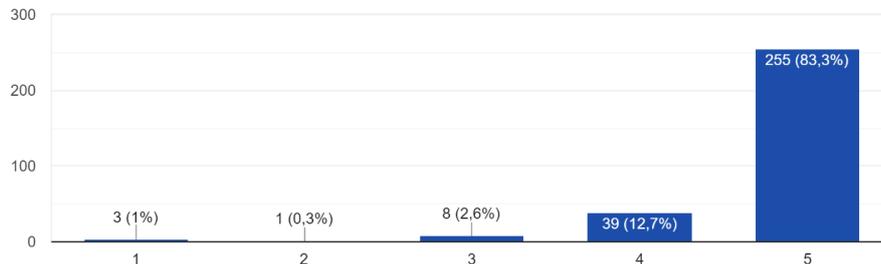
[Gambar 2. Peserta seminar dan pelatihan dalam mengikuti kegiatan](#)

### 3.3. Evaluasi

Setelah kegiatan seminar dan pelatihan selesai dilaksanakan, evaluasi diberikan dengan memberikan formulir evaluasi pelatihan kepada peserta. Formulir diberikan dalam format digital dengan google form dan disebarkan kepada para peserta. Berdasarkan *feedback* evaluasi pelatihan yang diterima dari peserta, menunjukkan bahwa dari 350

peserta terdapat 306 peserta yang mengisi survei pada akhir seminar. **Gambar 3** menunjukkan bahwa 83,3% peserta sangat setuju dan 12,7% setuju bahwasanya pelatihan ini meningkatkan pengetahuan mereka terkait program *Affiliate Marketing*.

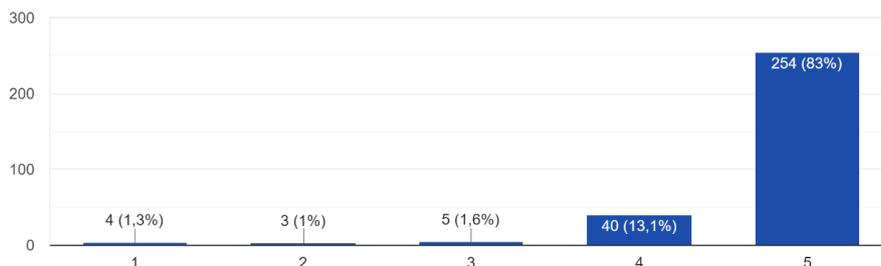
Pelatihan ini meningkatkan pengetahuan saya terkait program Affiliate Marketing  
306 jawaban



**Gambar 3.** Hasil survei pengetahuan peserta terkait program *affiliate marketing*

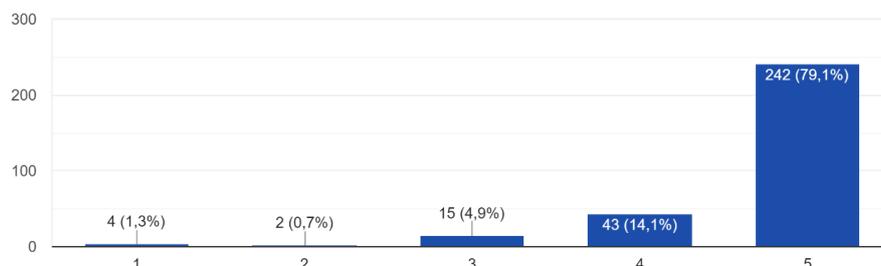
**Gambar 4** menunjukkan bahwa 83% peserta memilih sangat setuju dan 13,1% memilih setuju bahwasanya pelatihan ini meningkatkan pengetahuan mereka terkait *digital marketing* khususnya sosial media pemasaran. Sedangkan **Gambar 5** menunjukkan bahwa 79,1% peserta memilih sangat setuju dan 14,1% memilih setuju bahwasanya pelatihan ini mendorong antusiasme dan semangat peserta untuk mengikuti program *affiliate marketing* Keloria.

Pelatihan ini meningkatkan pengetahuan saya terkait digital marketing khususnya sosial media marketing  
306 jawaban



**Gambar 4.** Hasil survei pengetahuan peserta terkait digital marketing (sosial media)

Saya semakin antusias dan bersemangat mengikuti program Affilate Keloria  
306 jawaban



**Gambar 5.** Hasil survei terhadap antusiasme dan semangat peserta untuk mengikuti program *affiliate keloria*

## 4. Kesimpulan

---

Setelah dilaksanakan seminar dan pelatihan selama 1 hari penuh kepada seluruh peserta, baik itu masyarakat umum dan mahasiswa di lingkungan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menunjukkan kepuasan dari peserta terhadap materi dan desain pelatihan yang disajikan. Berdasarkan evaluasi, terlihat secara umum bahwa kegiatan berdampak positif serta dapat diaplikasikan dengan baik kemudian peserta siap bergabung untuk menjadi *affiliate marketing* atau mitra PT. Keloria Moringa Jaya. Hal ini juga terlihat dari formulir evaluasi yang telah diisi oleh para peserta di mana mayoritas peserta memahami apa itu konsep bisnis *affiliate marketing* serta manfaat dari pada produk Keloria yang kemudian dapat dipasarkan melalui akun dari masing-masing peserta.

Dengan semakin banyaknya mitra, maka diharapkan omset yang dihasilkan PT. Keloria Moringan Jaya akan meningkat dan pemahaman masyarakat terhadap khasiat kelor juga semakin bertambah. Kemudian tidak hanya Keloria yang mendapatkan omset tentunya juga mitra akan mendapatkan keuntungan dari produk yang bisa mereka pasarkan.

## Ucapan Terima Kasih

---

Terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara secara khususnya Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Kedaireka Kemendikbud RI dan juga PT. Keloria Morianga Jaya sebagai Mitra dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

## Daftar Pustaka

---

- Afandi, A., & Mursyid, F. H. (2022). Training for improving employee work ethics after the Covid-19 pandemic at the Faculty of Dentistry, University of North Sumatra. *Community Empowerment*, 7(5), 818-822.
- Febriyanto, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Muadz, M., & Riyanto, B. (2022). Press release writing training in Sriwedari Village. *Community Empowerment*, 7(4), 629-633. <https://doi.org/10.31603/ce.5610>
- Prayitno, & Raharjanti, R. (2017). Inovasi Jejaring Pemasaran Pada Produk Petani Fokustani Wonosobo Dengan Metode Social Media Marketing. *Orbith*, 13(2), 96-100. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/orbith/article/view/968>
- Sunjaya, I. K. S., & Priyanto, I. M. D. (2020). Analisa Klausula Eksonerasi Dalam Voucher Elektronik Pada Aplikasi Transportasi Online. *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum*, 28(6), 992-1004.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License

---