

Implementasi Program Affiliate Shopee sebagai Strategi Pemasaran Digital Produk Obat Hewan Ternak : Studi Kasus PT Cipta Ternak Sehat Indonesia

Danang Permadi^{1*} & Binti Maslikah²

¹ Institut Agama Islam Hasanuddin Pare

² Institut Agama Islam Hasanuddin Pare

Corresponding Author: Danang Permadi, E-mail: danangpermadi92@gmail.com

ARTICLE INFO

Received: 2025-03-10

Accepted: 2025-05-25

Volume: 5

Issue: 2 (2025)

KEYWORDS

digital marketing, e-commerce, marketplace, affiliate marketing, livestock veterinary products

ABSTRACT

The development of e-commerce has encouraged companies to adopt digital marketing through marketplaces to reach consumers more widely, quickly, and efficiently, including livestock medicine products that require accurate information regarding safety, benefits, and proper use. This study aims to analyze the implementation of the Shopee Affiliate Program as a digital marketing strategy at PT Cipta Ternak Sehat Indonesia. This research uses a qualitative approach with a case study design to understand the process, context, and dynamics of program implementation in the company, with data reinforcement through various sources such as interviews, observations, and documentation, as well as monitoring performance metrics (clicks, orders, and commissions) available on the platform. The results show that implementation began with affiliate registration, selection of priority products relevant to farmers' needs, management of promotional performance, and monitoring of content compliance with company policies and image. The promotional strategy emphasized creative and educational content—video reviews, educational videos on usage, product photos, and infographics—which helped reduce consumer uncertainty and increased understanding of technical/medical products. The affiliate program expands market reach through third-party networks, increases product visibility in Shopee search results and recommendations, and has the potential to drive sales growth. The main advantage lies in the performance-based marketing mechanism, which increases cost efficiency because commissions are paid when a validated sale occurs, while strengthening trust through electronic word-of-mouth (e-WOM) that arises from interactions, comments, and reviews. A key challenge is monitoring the accuracy of claims, which requires companies to have content guidelines, strengthen product knowledge, and conduct regular briefings to prevent exaggerated claims that risk violating animal health regulations. This study concludes that Shopee Affiliate is effective and relevant for livestock drug marketing, with the implication that success depends on selecting the right affiliates and managing the content and customer experience. This study did not receive any external funding, and the authors declare no conflicts of interest.

1. Pendahuluan

Perkembangan pemasaran digital di era e-commerce telah membawa perubahan signifikan dalam strategi pemasaran perusahaan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana promosi dan distribusi produk. Pemasaran digital memungkinkan perusahaan menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien dibandingkan dengan pemasaran konvensional (Kotler & Keller, 2016). Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan perangkat digital, marketplace menjadi salah satu kanal pemasaran yang banyak dimanfaatkan oleh perusahaan dari berbagai sektor industri.

Marketplace tidak hanya dimanfaatkan untuk memasarkan produk konsumsi umum, tetapi juga mulai digunakan sebagai media pemasaran produk khusus, termasuk produk obat hewan ternak. Produk obat hewan ternak memiliki karakteristik tersendiri karena berkaitan dengan kesehatan hewan dan produktivitas peternakan. Melalui marketplace, produsen obat hewan ternak memiliki peluang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, seperti peternak skala kecil hingga menengah, dengan biaya pemasaran yang relatif lebih rendah (Tjiptono, 2015). Hal ini menjadikan marketplace sebagai sarana yang potensial dalam mendukung distribusi dan promosi produk obat hewan ternak.

Salah satu strategi pemasaran digital yang berkembang pesat dalam marketplace adalah affiliate marketing. Affiliate marketing merupakan bentuk pemasaran yang dilakukan dengan mempromosikan produk pihak lain dan memberikan komisi kepada pemasar atas pembelian yang berasal dari tautan afiliasi (Rahman, 2022). Strategi ini memberikan keuntungan bagi perusahaan karena dapat meningkatkan jangkauan promosi. Selain itu, affiliate marketing juga mendorong partisipasi aktif dari pihak ketiga dalam memasarkan produk secara kreatif melalui berbagai media digital.

Shopee sebagai salah satu marketplace terbesar di Indonesia menyediakan program Shopee Affiliate yang memungkinkan individu maupun mitra bisnis untuk mempromosikan produk melalui platform digital. Pemilihan Shopee Affiliate sebagai strategi pemasaran didasarkan pada tingginya jumlah pengguna aktif Shopee serta kemudahan sistem affiliate yang ditawarkan (Sanusi, 2017). Program ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk meningkatkan visibilitas produk dan penjualan melalui jaringan affiliate yang luas, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat di marketplace.

PT Cipta Ternak Sehat Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi obat hewan ternak. Dalam menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen yang semakin digital, perusahaan perlu mengadopsi strategi pemasaran yang relevan dengan perkembangan teknologi. Oleh karena itu, implementasi program Shopee Affiliate menjadi salah satu upaya perusahaan dalam memaksimalkan pemasaran digital produk obat hewan ternak. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis implementasi program affiliate Shopee sebagai strategi pemasaran digital di PT Cipta Ternak Sehat Indonesia.

2. Kajian Pustaka

Menurut Helianthusonfri (2014), dalam penelitian Ana Ramadhayanti affiliate marketing atau pemasaran afiliasi merupakan strategi pemasaran di mana seseorang afiliasi mempromosikan produk milik pihak lain. Apabila promosi tersebut menghasilkan penjualan, afiliasi berhak memperoleh komisi sebagai imbalan dari pemilik produk (Ramadhayanti, 2021). Affiliate marketing adalah model bisnis di mana seseorang mendapatkan komisi setelah berhasil mempromosikan produk pedagang. Affiliate (Pemasar): Pihak ketiga yang mempromosikan produk menggunakan link khusus. Consumer (Konsumen): Pembeli yang melakukan transaksi melalui link afiliasi tersebut.

Pemasaran digital adalah pemanfaatan saluran digital untuk membangun merek dan menjangkau konsumen secara personal dan tepat waktu. Dalam konteks industri obat hewan ternak, pemasaran digital memungkinkan. Segmentasi yang Tepat: Menjangkau peternak atau pemilik hewan di wilayah spesifik melalui algoritma media sosial. Interaktivitas: Memungkinkan adanya komunikasi dua arah antara penyedia produk dan pengguna.

Efisiensi Biaya: Dibandingkan pemasaran konvensional, media digital menawarkan jangkauan yang lebih luas dengan biaya yang lebih terukur.

Keunggulan strategi ini terletak pada sistem Performance-Based Marketing, di mana perusahaan hanya mengeluarkan biaya pemasaran (komisi) ketika terjadi penjualan nyata, sehingga risiko kerugian anggaran iklan dapat diminimalisir. Merchant (Pengiklan): Pemilik produk, dalam hal ini PT Cipta Ternak Sehat Indonesia melalui platform Shopee. Affiliate (Pemasar): Pihak ketiga yang mempromosikan produk menggunakan link khusus. Consumer (Konsumen): Pembeli yang melakukan transaksi melalui link afiliasi tersebut.

Keunggulan strategi ini terletak pada sistem Performance-Based Marketing, di mana perusahaan hanya mengeluarkan biaya pemasaran (komisi) ketika terjadi penjualan nyata, sehingga risiko kerugian anggaran iklan dapat diminimalisir.

Pemasaran digital merupakan serangkaian upaya untuk meningkatkan dan memperkuat merek melalui pemanfaatan media berbasis teknologi, sehingga pesan pemasaran dapat menjangkau konsumen secara lebih mudah, bersifat personal, dan relevan dengan kebutuhan mereka (Sihombing et al., 2022).

Riset pasar merupakan proses pengumpulan data dan analisis informasi yang berkaitan dengan pasar, pelanggan dan pesaing untuk membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan yang lebih baik terkait perencanaan produk, pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kepuasan pelanggan tujuan utamanya adalah untuk memahami perilaku konsumen dan mengidentifikasi peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Riset pasar terbagi menjadi dua jenis yaitu riset pasar primer yang melibatkan pengumpulan data baru melalui wawancara, survei, observasi, atau eksperimen dan riset pasar skunder yang melibatkan pengumpulan data dari sumber yang sudah ada seperti publikasi industri, laporan pemerintah atau sumber informasi online. Kemudian perencanaan strategi perencanaan strategi merupakan proses merancang rencana

tindakan untuk mencapai tujuan bisnis jangka panjang sebuah perusahaan. Dalam konteks pemasaran, perencanaan strategi melibatkan pengembangan rencana tindakan yang terkait dengan pemasaran produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

3. Methodology (Calibri (Body), Font Size 10)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena implementasi program affiliate Shopee sebagai strategi pemasaran digital produk obat hewan ternak. Pendekatan studi kasus digunakan untuk mengkaji secara intensif objek penelitian dalam konteks tertentu, yaitu pada PT Cipta Ternak Sehat Indonesia. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai implementasi program affiliate Shopee.

Secara teoritis, penelitian kualitatif menekankan pemahaman terhadap makna, proses, dan konteks suatu fenomena yang diteliti, sehingga peneliti dapat menggambarkan realitas secara lebih mendalam. Pendekatan ini relevan digunakan ketika penelitian berfokus pada “bagaimana” suatu program dijalankan, termasuk strategi, pola pelaksanaan, dan dinamika yang muncul dalam praktiknya (Herdiansyah, 2015).

Sementara itu, studi kasus digunakan untuk menelaah sebuah fenomena secara mendalam pada satu unit kasus tertentu. Studi kasus memungkinkan peneliti menelusuri rangkaian peristiwa, yang memengaruhi implementasi program, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih utuh (Bungin, 2017). Dalam penelitian kualitatif, pemahaman tersebut biasanya diperkuat melalui penggunaan berbagai sumber data (misalnya observasi dan dokumentasi) agar deskripsi kasus lebih kaya dan dapat dipertanggungjawabkan (Sugiyono, 2018).

4. Results and Discussion (Calibri (Body), Font Size 10)

4.1 Gambaran umum PT Cipta Ternak Sehat Sejahtera

PT Cipta Ternak Sehat Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi obat hewan ternak. Perusahaan ini memproduksi berbagai jenis produk kesehatan hewan yang ditujukan untuk mendukung produktivitas dan kesehatan ternak. Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, perusahaan tidak hanya berfokus pada proses produksi, tetapi juga memperhatikan strategi pemasaran agar produk dapat menjangkau konsumen secara luas. Seiring dengan perkembangan teknologi, PT Cipta Ternak Sehat Indonesia mulai memanfaatkan pemasaran digital sebagai salah satu strategi pemasaran. Marketplace menjadi kanal pemasaran yang digunakan perusahaan untuk memasarkan produk secara online. Salah satu bentuk pemanfaatan marketplace tersebut adalah melalui penerapan program affiliate Shopee sebagai bagian dari strategi pemasaran digital perusahaan (Tjiptono, 2015).

Pemanfaatan marketplace sebagai kanal pemasaran digital pada dasarnya berkaitan dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan pencarian informasi, perbandingan alternatif, serta ulasan sebelum mengambil keputusan pembelian. Dalam konteks produk obat hewan ternak, kebutuhan informasi cenderung lebih tinggi karena konsumen mempertimbangkan aspek keamanan, manfaat, dan ketepatan penggunaan. Karena itu, perusahaan perlu memastikan informasi produk tersaji jelas, konsisten, dan mudah dipahami agar dapat membangun kepercayaan konsumen (Suryani, 2013). Selain itu, pendekatan komunikasi pemasaran terpadu penting agar pesan yang diterima konsumen selaras antara halaman produk, materi promosi, hingga layanan pelanggan, sehingga citra perusahaan dan kredibilitas produk tetap terjaga (Morissan, 2010).

4.2 Implementasi Program Affiliate Shopee

Proses Pendaftaran dan Pengelolaan Affiliate, Implementasi program affiliate Shopee diawali dengan proses pendaftaran affiliate melalui platform Shopee Affiliate. Pendaftaran dapat dilakukan oleh individu maupun pihak eksternal yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Shopee. Setelah terdaftar, affiliate memperoleh akses untuk memilih produk yang akan dipromosikan dan mendapatkan tautan khusus (affiliate link) yang digunakan dalam kegiatan promosi.

Pengelolaan affiliate dilakukan dengan memantau performa promosi melalui fitur yang disediakan oleh Shopee, seperti jumlah klik pesanan, dan komisi yang diperoleh. Perusahaan juga melakukan pengawasan terhadap produk yang dipromosikan agar tetap sesuai dengan kebijakan dan citra perusahaan (Shopee Indonesia, 2025). Perusahaan yang memiliki afiliasi dengan pengikut yang besar di berbagai penjuru di peruntukkan untuk perusahaan di bidang peternakan yaitu pencetakan obat hewan maka hal tersebut mendapatkan perhatian masyarakat yang luas (R. Pamungkas, komunikasi pribadi, 15 November 2025).

Strategi promosi produk melalui affiliate Shopee dilakukan dengan mendorong affiliate untuk memasarkan produk secara kreatif. Promosi dilakukan dengan menampilkan informasi produk, manfaat, serta cara penggunaan obat hewan ternak. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan (R. Pamungkas, komunikasi pribadi, 15 November 2025). Produk yang memiliki permintaan tinggi atau relevan dengan kebutuhan peternak lebih diutamakan untuk dipromosikan melalui program affiliate (Kotler & Keller, 2016).

Media promosi affiliate menggunakan video review produk, video edukasi penggunaan produk, Foto produk dan infografis. Dengan pemanfaatan media digital ini memungkinkan produk untuk di jangkau audiens yang lebih luas, lebih efisien, dan lebih terarah (Sinaga et al., 2025).

Penggunaan media seperti video review, video edukasi, foto produk, dan infografis dapat dipahami sebagai bentuk strategi konten (content strategy) yang bertujuan membantu konsumen memahami manfaat dan cara penggunaan produk secara lebih praktis. Konten edukatif berperan mengurangi ketidakpastian (uncertainty) konsumen, sedangkan konten review dapat memperkuat keyakinan melalui bukti pengalaman penggunaan. Agar strategi ini efektif, perusahaan perlu menyiapkan pedoman konten (content guideline) dan materi pengetahuan produk (product knowledge) untuk affiliate, terutama terkait batasan klaim dan ketepatan informasi penggunaan (Sinaga et al., 2025). Dalam pengelolaan afiliasi, evaluasi juga perlu diarahkan pada indikator terukur seperti klik, pesanan, komisi, serta indikator kualitas layanan (rating, ulasan, dan keluhan) sebagai bagian dari pengendalian kinerja pemasaran digital (Tjiptono, 2015).

4.3 Peran Affiliate Shopee dalam Strategi Pemasaran Digital

Kontribusi terhadap Jangkauan Pasar, Program affiliate Shopee memberikan kontribusi dalam memperluas jangkauan pasar produk obat hewan ternak. Melalui jaringan affiliate yang berasal dari berbagai latar belakang, produk perusahaan dapat menjangkau konsumen yang sebelumnya sulit dijangkau melalui pemasaran konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa affiliate shopee mampu menjadi perpanjangan tangan perusahaan dalam kegiatan pemasaran digital (Sanusi, 2017).

Dampak terhadap Penjualan dan Visibilitas Produk. Penerapan affiliate Shopee juga berdampak pada peningkatan visibilitas obat ternak hewan di shopee. Produk yang sering dipromosikan oleh affiliate memiliki peluang lebih besar untuk muncul dalam pencarian dan rekomendasi platform (Jeje, komunikasi pribadi, 25 November 2025). Peningkatan visibilitas ini berpotensi mendorong peningkatan penjualan. Dengan demikian, affiliate Shopee berperan sebagai strategi pemasaran digital yang mendukung peningkatan eksposur produk serta membantu perusahaan dalam meningkatkan performa pemasaran (Kotler & Keller, 2016).

Selain meningkatkan visibilitas, program afiliasi juga dapat memperkuat electronic Word Of Mouth (e-WOM) karena konten affiliate memicu interaksi berupa komentar, diskusi, serta berbagi pengalaman yang menjadi bukti sosial bagi calon pembeli. Dalam persepektif hasan di ambil dari penelitian Rita dkk electronic Word Of Mouth (e- WOM) dapat di pahami komunikasi antarpribadi ketika konsumen menyampaikan informasi kepada konsumen lain mengenai merek, produk, atau jasa secara nonkomersial. Mekanisme ini kerap dianggap sebagai salah satu saluran komunikasi yang paling efektif karena mampu memengaruhi penyebaran informasi dan membentuk persepsi di antara dua orang atau lebih konsumen (Rita et al., 2013). Pada pemasaran digital, e-WOM dan kualitas informasi memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian, terutama pada transaksi online yang mengandalkan informasi dan reputasi (Nasrullah, 2015). Oleh karena itu, efektivitas program afiliasi tidak hanya dilihat dari peningkatan traffic dan eksposur, tetapi juga dari kualitas pengalaman konsumen yang tercermin dalam ulasan, kepuasan, dan minimnya komplain—yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan performa pemasaran perusahaan di marketplace (Atika, komunikasi pribadi, 15 November 2025).

4.4 Analisis Strategi Pemasaran Digital

Berdasarkan temuan dari hasil wawancara Tabel 1 adalah strategi pemasaran digital pada Produk Obat Hewan Ternak (Studi Kasus PT Cipta Ternak Sehat Indonesia):

Tabel 1. Tanggapan Pengguna dan Temuan terkait Implementasi Program Affiliate Shopee

Pengguna	Komentar	Temuan
Andi Prasetyo	Menarik melihat PT Cipta Ternak Sehat berani masuk ke Shopee Affiliate. Pertanyaan saya, bagaimana cara perusahaan mengontrol akurasi informasi medis yang disampaikan para affiliate? Mengingat ini adalah produk obat hewan yang sensitif terhadap dosis, apakah ada sertifikasi atau briefing khusus bagi affiliate sebelum mereka membuat konten?	Edukasi kepada afiliator mengenai spesifikasi teknis produk obat hewan untuk menjaga afiliator agar tidak salah bicara, kadang mereka terlalu bersemangat mempromosikan sampai dosisnya salah sebut, ini beresiko jadi perusahaan harus rutin memantau konten

Mas_Ternak99	Sebagai peternak, saya sering lihat link affiliate obat ternak di Shopee. Pertanyaan saya buat PT Cipta Ternak Sehat, apakah harga produk di tangan affliator tetap sama dengan harga di distributor resmi daerah? Jangan-jangan karena harus bayar komisi affiliate, harga obatnya malah jadi lebih mahal buat kami para peternak kecil?	mereka dan memberikan arahan teknis secara berkala. Perusahaan menjamin Harga Eceran Tertinggi (HET) tetap sama, baik di distributor maupun di Shopee. Komisi untuk affliator diambil dari margin promosi perusahaan, bukan dengan menaikkan harga produk. Jadi, tetap dapat harga jujur, dan rekan-rekan yang membantu mempromosikan (affliator) tetap dapat apresiasi. Perusahaan ingin peternak kecil tetap untung
Investor_Watch	Studi kasus yang bagus. Namun, seberapa besar kontribusi Shopee Affiliate terhadap total omzet PT Cipta Ternak Sehat Indonesia dibandingkan dengan jalur distribusi konvensional (sales lapangan)? Apakah strategi ini hanya sekadar untuk meningkatkan brand awareness atau memang sudah menjadi mesin penjualan utama di tahun 2025 ini?	Di tahun 2025 ini, saluran konvensional (sales lapangan) tetap menjadi tulang punggung untuk penjualan skala besar (B2B/Bulk). Namun, Shopee Affiliate menjadi mesin pertumbuhan baru di segmen retail yang berkontribusi sekitar 25% terhadap total omzet. Strategi ini melampaui sekadar awareness; ini adalah langkah efisiensi biaya distribusi untuk menjangkau pelosok yang sulit dijangkau tim lapangan secara fisik.
PecintaAnabul_Farm	Kalo beli lewat link affiliate ini, apakah ada jaminan konsultasi dengan dokter hewan dari PT-nya langsung kalau obatnya nggak cocok? Soalnya kalau beli di toko fisik kan bisa tanya-tanya langsung ke penjualnya. Bagaimana sistem edukasi pasca-pembelinya?	Di setiap kemasan produk yang dibeli melalui link affiliate, terdapat QR Code khusus yang terhubung ke layanan Halo-Vet PT Cipta Ternak Sehat. Pembeli bisa berkonsultasi gratis dengan tim dokter hewan perusahaan secara real-time. Jadi, meskipun beli secara online, pendampingan teknisnya tetap serasa beli di toko fisik dengan bonus akses langsung ke ahli perusahaan.
Drh_Lestari	Implementasi pemasaran digital untuk obat hewan sangat menantang. Pertanyaannya, bagaimana PT Cipta Ternak Sehat memastikan bahwa program affiliate ini tidak melanggar aturan iklan obat hewan yang ketat? Apakah setiap konten affliator harus melalui kurasi tim legal perusahaan dulu sebelum tayang?	Perusahaan sangat ketat mengenai hal ini. Setiap konten affliator wajib mencantumkan disclaimer kesehatan dan nomor registrasi Kementan. perusahaan menggunakan sistem Post-Audit Monitoring; tim legal perusahaan memantau konten yang beredar setiap hari. Jika ditemukan klaim yang berlebihan atau melanggar kode etik periklanan obat hewan, perusahaan memiliki wewenang untuk memutus kerja sama affiliate secara sepihak dan menurunkan konten tersebut

1. Efektifitas biaya (Cost-effisiensi) Sesuai dengan teori performance-based marketing, perusahaan merasa program ini lebih efisien. Dana pemasaran hanya keluar ketika produk kesehatan ternak benar-benar terjual. Hal ini mengurangi resiko kerugian pada anggaran pemasaran digital perusahaan. Memang pada dasarnya dalam menjalankan program ini perusahaan semakin bisa untuk meminimalisir terjadinya pengeluaran yang banyak.

2. Membangun kepercayaan melalui e-WOM Hasil wawancara menginformasikan bahwa obat hewan di Shopee merasa lebih yakin setelah melihat video dari afiliator. Ini membuktikan bahwa Electronic Word Of Mouth yang dihasilkan melalui program afiliasimampu memecah skeptisisme konsumen terhadap produk teknis/medis hewan.
3. Tantangan dalam pengawasan konten Salah satu temuan menarik adalah tantangan dalam menjaga akurasi klaim medis oleh afiliator. Perusahaan harus secara aktif memberikan briefing agar afiliator tidak memberikan klaim yang berlebihan terhadap kasiat obat ternak yang dapat melanggar regulasi kesehatan hewan.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa PT Cipta Ternak Sehat Indonesia telah memanfaatkan pemasaran digital melalui marketplace sebagai bagian dari strategi pemasarannya. Penerapan program affiliate Shopee menjadi salah satu upaya perusahaan dalam memperluas jangkauan pemasaran produk obat hewan ternak di tengah perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Implementasi program affiliate Shopee dilakukan melalui proses pendaftaran dan pengelolaan affiliate yang terstruktur, mulai dari pemilihan produk hingga pemantauan kinerja promosi. Strategi promosi yang diterapkan menekankan pada penyampaian informasi produk, manfaat, serta cara penggunaan obat hewan ternak melalui konten digital yang kreatif, seperti video review, video edukasi, foto produk, dan infografis. Strategi ini dinilai mampu meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Implementasi shopee telah berhasil mengubah pola pemasaran perusahaan dari yang sebelumnya bersifat satu arah menjadi pemasaran berbasis komunitas dan performa (*performance-based marketing*). Peningkatan kepercayaan peternak melalui konten edukasi yang dibuat para afiliator, produk obat hewan yang bersifat teknis menjadi lebih mudah dipahami oleh konsumen awam. Dengan adanya program afiliator dimana memberikan keuntungan besar terhadap perusahaan karena efisiensi biaya pemasaran yang sangat terjangkau dan mendapatkan biaya komisi yang dikeluarkan berdasarkan hasil penjualan yang tervalidasi oleh sistem shopee.. keberhasilan ini didukung oleh pemilihan afiliator yang memiliki relevansi di bidang peternakan, sehingga pesan yang disampaikan tepat sasaran kepada target audiens yang membutuhkan solusi kesehatan ternak.

Selain itu, program affiliate Shopee berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar produk perusahaan. Melalui jaringan affiliate yang beragam, produk obat hewan ternak dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dibandingkan dengan pemasaran konvensional. Peningkatan aktivitas promosi melalui affiliate juga berdampak pada meningkatnya visibilitas produk di platform Shopee, sehingga berpotensi mendorong peningkatan penjualan. Dengan demikian, program affiliate Shopee dapat disimpulkan sebagai strategi pemasaran digital yang efektif dan relevan dalam mendukung pemasaran produk obat hewan ternak di PT Cipta Ternak Sehat Indonesia.

Lebih lanjut, efektivitas program affiliate tidak hanya terlihat dari aspek jangkauan, eksposur, dan potensi peningkatan penjualan, tetapi juga dari penguatan interaksi konsumen yang membentuk *electronic word of mouth* (e-WOM). Konten yang dibuat affiliate memicu komentar, diskusi, serta berbagi pengalaman, sehingga membantu membangun persepsi dan keyakinan calon pembeli, terutama pada produk obat hewan ternak yang membutuhkan kejelasan informasi dan ketepatan penggunaan.

Funding: This research received no external funding

Conflicts of Interest: The authors declare no conflict of interest.

Referensi

- [1] Bungin, B. (2017). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*. Kencana.
- [2] Herdiansyah, H. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Salemba Humanika.
- [3] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- [4] Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- [5] Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- [6] Rahman, F. (2022). Praktik affiliate marketing pada platform e-commerce dalam tinjauan hukum ekonomi syariah. *Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 6(1), 28–29.
- [7] Ramadhayanti, A. (2021). Pengaruh komunikasi pemasaran dan affiliate marketing terhadap volume penjualan. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 97.
- [8] Rita, et al. (2013). Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Foursquare: The new social media. *Binus Business Review*, 4(2), 712.
- [9] Sanusi, A. (2017). *Metodologi penelitian bisnis*. Salemba Empat.

- [10] Shopee Indonesia. (2025). *Shopee affiliate program*. Diakses pada Desember 2025, dari <https://shopee.co.id/m/affiliates>
- [11] Sihombing, N. S., et al. (2022). *Pemasaran digital*. Yayasan Kita Menulis.
- [12] Sinaga, I. A., et al. (2025). *Manajemen pemasaran digital: Strategi dan inovasi di era e-commerce*. PT Media Penerbit Indonesia.
- [13] Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kualitatif: Untuk penelitian yang bersifat eksploratif, enterpretif, interaktif, dan konstruktif*. Alfabeta.
- [14] Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Graha Ilmu.
- [15] Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (Ed. 4). Andi Offset.