

Peran Penganggaran dalam Meningkatkan Profitabilitas Penjualan Online Pada Reseller dan Affiliate

Falizka Salsyabilla¹, Nayla Hafni Latifah², Rhefika Ayudya Prameswari³, Siti Halimatuss Shadiyah Alamsyah⁴, Suhendi⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

E-mail: falizkasalsabila31@gmail.com¹, naylaatifah@gmail.com²,
rhefikaayudya0@gmail.com³, sitihalimatuss03@gmail.com⁵

Article Info

Article history:

Received June 04, 2026
Revised June 06, 2026
Accepted June 08, 2026

Keyword:

Budgeting, Profitability, Online sales, Reseller, Affiliate

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of budgeting in supporting sales activities and profitability in reseller and affiliate systems. The approach used is a qualitative method through a literature review, by examining various scientific journals and related academic sources. The results of the study show that budgeting plays a very important role in planning, monitoring, and evaluating financial management in digital businesses, If implemented effectively, budgeting can optimize marketing cost allocation, prevent large expenses, and increase operational efficiency which can result in higher profit margins. Factors that affect the success of budgeting are financial literacy, technology utilization, and flexibility in adapting to market changes. Therefore. Proper budgeting such as performance-based budgeting and regular budget reviews are key to maintaining the long-term profitability of online sales.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received June 04, 2026
Revised June 06, 2026
Accepted June 08, 2026

Kata kunci:

Penganggaran, Profitabilitas, Penjualan Online, Reseller, Affiliate

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran penganggaran dalam mendukung kegiatan penjualan dan profitabilitas dalam sistem reseller dan affiliate. Pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif melalui tinjauan pustaka, dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah dan sumber akademis terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penganggaran berperan merupakan alat yang sangat penting untuk merencanakan, memantau, dan mengevaluasi manajemen keuangan dalam bisnis digital, Jika diterapkan secara efektif, penganggaran dapat mengoptimalkan alokasi biaya pemasaran, mencegah pengeluaran yang besar, dan meningkatkan efisiensi operasional yang dapat menghasilkan margin laba yang lebih tinggi. Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilannya penganggaran, yaitu faktor literasi keuangan, pemanfaatan teknologi, dan fleksibilitas dalam beradaptasi dengan perubahan pasar. Oleh karena itu. Penganggaran yang tepat seperti penganggaran berbasis kinerja dan tinjauan anggaran secara berkala merupakan kunci untuk mempertahankan profitabilitas jangka panjang dari penjualan online.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Falizka Salsyabilla

Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Email : falizkasalsabila31@gmail.com

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital dan internet telah memicu transformasi besar besaran dalam kegiatan bisnis, terutama di sektor e-commerce. Perubahan perilaku konsumen dengan meningkatkan preferensi terhadap platform digital telah menjadikan penjualan digital sebagai strategi utama untuk meningkatkan daya saing bisnis. Dalam konteks ini, sistem reseller dan pemasaran affiliate semakin populer karena menawarkan fleksibilitas dan peluang penghasilan dengan modal yang relatif kecil. Pemasaran affiliate, misalnya, memungkinkan individu untuk mempromosikan produk dan mendapatkan komisi berdasarkan hasil penjualan online. Selain itu, studi terbaru menunjukkan bahwa pemasaran affiliate dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan tingkat konversi penjualan dalam ekosistem digital (Ningsih, 2025; Suryana 2023)

Di sisi lain, persaingan yang semakin ketat dalam penjualan online mengharuskan pemilik bisnis baik reseller maupun affiliate untuk tidak hanya mengandalkan strategi pemasaran, tetapi juga manajemen keuangan yang optimal. Salah satu elemen penting dari manajemen keuangan adalah penganggaran. Penganggaran berfungsi sebagai alat perencanaan dan pemantauan yang membantu pemilik bisnis mengalokasikan sumber daya secara efisien, terutama untuk biaya operasional seperti iklan digital, promosi, dan pengelolaan platform penjualan. Dalam praktiknya, keberhasilan strategi pemasaran digital termasuk pemasaran affiliate sangat bergantung pada perencanaan yang matang dan evaluasi kinerja yang berkelanjutan.

Meskipun demikian, banyak pemilik bisnis online, terutama yang berskala kecil seperti reseller dan affiliate perorangan, belum menerapkan penganggaran secara optimal. Sehingga, terjadi tidakefisienan dalam pengeluaran pemasaran, kurangnya kontrol atas pengeluaran, dan profitabilitas yang kurang optimal. Faktanya, dalam lingkungan bisnis digital yang dinamis dan kompetitif, pengelolaan anggaran yang tepat merupakan faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan bisnis dan meningkatkan kinerja keuangan. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran penganggaran dalam mendukung aktivitas penjualan online terutama dalam sistem reseller dan affiliate sangat penting untuk meningkatkan efektivitas operasional dan profitabilitas bisnis.

TINJAUAN PUSTAKAN

1. Konsep Penganggaran

Penganggaran adalah proses perencanaan dan pengendalian dana yang digunakan untuk mendistribusikan sumber daya dengan cara yang tepat dan efisien untuk mencapai sasaran organisasi. Di dalam dunia bisnis saat ini, penganggaran tidak hanya berperan sebagai alat perencanaan, tetapi juga sebagai metode untuk mengevaluasi kinerja dan

mengawasi biaya. Pelaksanaan penganggaran dengan baik dapat membantu para pelaku usaha untuk mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi dalam operasional, yang pada akhirnya akan memberikan dampak positif bagi kinerja keuangan (Saputra dan Riofita, 2024).

Selain itu, di era digital sekarang ini, penganggaran menjadi semakin penting karena adanya perubahan yang cepat dalam biaya pemasaran online yang perlu diatur secara sistematis agar tetap memberikan keuntungan maksimal. Oleh karena itu, penganggaran menjadi komponen yang sangat penting dalam manajemen keuangan, khususnya bagi bisnis yang beroperasi secara digital.

2. Affiliate dan Reseller dalam Penjualan Online

Pemasaran affiliate merupakan teknik pemasaran digital yang berorientasi pada hasil, dimana para peserta mendapatkan komisi berdasarkan penjualan yang dilakukan melalui usaha promosi. Konsep ini mengalami pertumbuhan yang pesat seiring dengan berkembangnya dunia e-commerce (Rahmawati dan Sari, 2023).

Selain itu, pemasaran Affiliate telah muncul sebagai saluran efektif yang baru untuk meningkatkan minat beli, terutama di kalangan generasi muda yang aktif dalam menggunakan media sosial. Namun, seberapa efektif pemasaran ini tergantung pada kualitas konten, tingkat kepercayaan konsumen, serta strategi promosi yang diterapkan (Zainuddin dan Sutariyono, 2025). Sistem reseller juga memainkan peran penting dalam distribusi produk, karena memungkinkan perluasan jaringan pemasaran tanpa meningkatkan biaya produksi secara langsung.

3. Profitabilitas dalam Bisnis Digital

Profitabilitas adalah ukuran utama untuk menilai sejauh mana sebuah perusahaan berhasil, yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya. Di sektor bisnis digital, profitabilitas tidak hanya tergantung pada total penjualan, tetapi juga pada efisiensi pengeluaran biaya dan cara pemasaran yang diterapkan.

Penelitian mengungkapkan bahwa pertumbuhan profitabilitas sangat terkait dengan seberapa baik perusahaan dapat mengelola sumber daya dan mengontrol biaya operasional dengan efektif (Firmansyah dan Nugraha, 2023). Selain itu, penggunaan strategi pemasaran digital yang tepat memiliki peran penting dalam meningkatkan profitabilitas terutama melalui peningkatan rasio konversi penjualan dan perluasan jangkauan pasar (Kusuma dan Lestari, 2024).

4. Hubungan Penganggaran dengan Profitabilitas Penjualan Online

Penganggaran memiliki peran strategis dalam meningkatkan profitabilitas karena membantu perusahaan dalam mengontrol pengeluaran serta memaksimalkan pemanfaatan sumber daya. Dalam sektor penjualan online, penyusunan anggaran berfungsi untuk menetapkan biaya pemasaran, seperti iklan, kerja sama dengan influencer, dan komisi untuk affiliate guna untuk memaksimalkan hasil yang diperoleh (Hidayat dan Pratama, 2023)

Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital termasuk pemasaran affiliate, dapat meningkatkan penjualan. Namun, tanpa manajemen anggaran yang tepat, pertumbuhan tersebut tidak selalu menghasilkan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, penting untuk menghubungkan penganggaran dengan rencana pemasaran agar dapat meraih keuntungan yang berkelanjutan (Saputra dan Riofita, 2024).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara melakukan studi literatur (literature review) untuk menganalisis peran anggaran dalam meningkatkan profitabilitas penjualan online pada reseller dan affiliate. Studi literatur adalah metode yang digunakan untuk meneliti, mengenali, dan menggabungkan berbagai sumber ilmiah yang relevan untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang suatu fenomena. Penelitian studi literatur ini bertujuan untuk menemukan berbagai penjelasan yang berkaitan dengan isu yang dianggap sebagai sumber referensi dalam pembahasan hasil penelitian. Data yang dipakai adalah data sekunder yang diambil dari artikel ilmiah, buku, jurnal, atau literatur lainnya (Sugiyono, 2019). Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu mengkaji, membandingkan, dan menggabungkan berbagai hasil penelitian untuk mendapatkan kesimpulan yang menyeluruh. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk merumuskan sintesis yang terstruktur mengenai peran budgeting dalam meningkatkan profitabilitas penjualan online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Budgeting dalam Mendukung Aktivitas Penjualan Online pada Reseller dan Affiliate

Budgeting memiliki peran strategis dalam menunjang efektivitas aktivitas penjualan online, khususnya dalam sistem reseller dan affiliate yang sangat bergantung pada efisiensi biaya serta optimalisasi sumber daya digital. Dalam konteks ini, budgeting tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan keuangan, tetapi juga sebagai instrumen pengendalian dan evaluasi kinerja pemasaran digital.

Pertama, budgeting membantu pelaku usaha, baik reseller maupun affiliate, dalam mengalokasikan dana secara tepat pada aktivitas yang memberikan kontribusi terbesar terhadap penjualan. Dalam praktiknya, biaya pemasaran digital seperti iklan berbayar (paid ads), endorsement, hingga penggunaan tools digital harus direncanakan dengan matang agar menghasilkan return on investment (ROI) yang optimal. Menurut Kotler dan Keller (2016), perencanaan anggaran pemasaran yang efektif mampu meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya serta memperkuat daya saing bisnis di pasar digital.

Kedua, budgeting berperan dalam mengendalikan pengeluaran agar tetap sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Dalam sistem reseller dan affiliate, seringkali terjadi pemborosan biaya pada aktivitas promosi yang kurang terukur. Dengan adanya anggaran yang terstruktur, pelaku usaha dapat membatasi pengeluaran yang tidak produktif serta mengarahkan dana pada strategi yang lebih efektif, seperti optimasi konten atau penggunaan platform yang memiliki conversion rate tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat Horngren et al. (2018) yang menyatakan

bahwa budgeting merupakan alat kontrol manajemen yang penting dalam menjaga stabilitas keuangan dan efisiensi operasional.

Ketiga, budgeting mendukung proses evaluasi kinerja penjualan. Dalam sistem affiliate, misalnya, komisi yang diberikan kepada affiliate marketer harus dihitung secara proporsional dengan kontribusi penjualan yang dihasilkan. Dengan adanya anggaran yang jelas, perusahaan dapat menilai apakah biaya yang dikeluarkan sebanding dengan hasil yang diperoleh. Evaluasi ini penting untuk menentukan strategi lanjutan, seperti meningkatkan komisi, mengganti platform, atau menghentikan kerja sama yang tidak menguntungkan (Drury, 2015).

Selain itu, budgeting juga berperan dalam perencanaan pertumbuhan bisnis. Reseller dan affiliate yang memiliki perencanaan anggaran yang baik cenderung lebih siap dalam menghadapi fluktuasi pasar, seperti perubahan tren konsumen atau peningkatan biaya iklan digital. Dengan demikian, budgeting tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional jangka pendek, tetapi juga sebagai dasar pengambilan keputusan strategis jangka panjang.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa budgeting memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung aktivitas penjualan online pada sistem reseller dan affiliate. Melalui perencanaan, pengendalian, dan evaluasi yang efektif, budgeting mampu meningkatkan efisiensi biaya, memaksimalkan profitabilitas, serta memastikan keberlanjutan bisnis di era digital yang kompetitif.

Pengaruh Budgeting terhadap Penjualan Online

Profitabilitas adalah ukuran utama dari keberhasilan suatu usaha, termasuk dalam bisnis reseller dan affiliate. Hasil dari suatu penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan anggaran pemasaran berkaitan positif dengan kinerja usaha dan profitabilitasnya. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pengaturan anggaran pemasaran yang tepat dapat memberikan dorongan secara signifikan terhadap kinerja bisnis dengan cara mengoptimalkan strategi pemasaran dan pengambilan dan keputusan yang di ambil berdasarkan data.

Dalam pelaksanaannya, sistem pemasaran affiliate juga berpengaruh pada profitabilitas melalui mekanisme biaya untuk mendapatkan pelanggan (Customer Acquisition Cost/CAC). Kajian menunjukkan bahwa penjualan yang meningkat dengan berjalannya program affiliate, namun juga dapat memicu peningkatan biaya, sehingga membutuhkan pengelolaan anggaran yang bijak untuk menjaga margin keuntungan yang optimal (Suryana, 2023).

Selain itu, pesatnya perkembangan industri pemasaran affiliate juga menegaskan betapa pentingnya penganggaran dalam mempertahankan keseimbangan antara pertumbuhan penjualan dan profitabilitas. Data terkini menunjukkan bahwa pemasaran affiliate tumbuh signifikan dan memberikan kontribusi besar terhadap penjualan e-commerce, sehingga pengelolaan anggaran merupakan hal yang penting dalam memaksimalkan keuntungan. Dengan demikian, penganggaran berfungsi secara langsung untuk meningkatkan profitabilitas melalui pengendalian biaya, pengoptimalan strategi pemasaran, dan peningkatan efisien dalam penggunaan sumber daya (Hongren et al., 2018).

Faktor yang Memengaruhi Efektivitas Budgeting

Penjualan online menjadi strategi utama dalam meningkatkan pendapatan usaha, terutama bagi para reseller dan affiliate. Namun, tanpa pengelolaan keuangan yang baik,

peningkatan penjualan tidak selalu diiringi profitabilitas, maka budgeting atau penganggaran anggaran perlu karena untuk mendukung peningkatan profitabilitas.

Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi eektivitas budgeting dalam peningkatan profitabilitas penjualan online :

a) Perencanaan anggaran yang baik

Dengan budgeting, pelaku usaha atau umkm dapat mengalokasikan dana secara tepat dan efektif, baik untuk modal, biaya promosi, maupun operasional. Perencanaan anggaran yang baik membantu menghindari pemborosan serta memprioritaskan pengeluaran sesuai kebutuhan bisnis. Dengan demikian, pengeluaran menjadi lebih terkontrol dan digunakan sesuai kepentingan penjualan, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan dan memungkinkan alokasi dana yang lebih optimal ke berbagai sumber daya usaha.

b) Pencatatan keuangan yang rapi

Mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran dengan rapi dapat memudahkan perusahaan mengetahui apakah untung atau rugi dalam penjualan, sehingga sebagai bahan evaluasi yang akan mendatang. Serta mengurangi risiko terjadinya kesalahan yang sama.

c) Penetapan harga jual yang tepat

Harga jual harus dipertimbangkan dengan tepat karena sangat berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan, budgeting membantu perusahaan menentukan harga jual yang tepat dan optimal.

d) Kedisiplinan pelaku usaha

Semua pelaku usaha harus disiplin dalam mengikuti perencanaan anggaran karena anggaran tersebut menjadi panduan utama dalam menjalankan bisnis penjualan, tanpa disiplin anggaran dapat melenceng dari rencana awal sehingga berisiko terjadinya kerugian atau pemborosan. Kedisiplin berperan penting dalam menjaga stabilitas usaha dan meningkatkan peluang mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan.

e) Pemanfaatan teknologi

Sekarang banyak teknologi yang dapat memudahkan proses budgeting salah satunya adalah excel atau aplikasi keuangan lainnya, dengan teknologi ini perusahaan dapat lebih mudah menyusun anggaran sehingga membuat profitabilitas meningkat.

Strategi Budgeting yang Optimal untuk Meningkatkan Profitabilitas

Dalam konteks transformasi digital global, pengelolaan anggaran (budgeting) telah berkembang menjadi instrumen strategis yang tidak hanya berfungsi sebagai alat perencanaan keuangan, tetapi juga sebagai mekanisme pengendalian dan evaluasi kinerja bisnis berbasis data. Model bisnis reseller dan affiliate, yang sangat bergantung pada efektivitas pemasaran digital, menuntut adanya strategi budgeting yang adaptif dan terintegrasi guna mencapai profitabilitas yang optimal. Literatur internasional menunjukkan bahwa integrasi antara pengelolaan anggaran dan strategi pemasaran digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan (Chaffey, 2022; Ryan, 2016).

1. Penerapan Performance-Based Budgeting dalam Alokasi Anggaran Pemasaran

Strategi pertama yang esensial adalah penerapan pendekatan performance-based budgeting dalam proses alokasi anggaran pemasaran. Pendekatan ini menekankan bahwa



distribusi anggaran harus didasarkan pada kontribusi aktual terhadap kinerja penjualan, seperti tingkat konversi dan pendapatan yang dihasilkan. Dalam sistem affiliate marketing, mekanisme ini memiliki relevansi tinggi mengingat struktur biaya yang bersifat berbasis kinerja (pay-for-performance).

Temuan empiris menunjukkan bahwa optimalisasi alokasi anggaran berbasis data mampu meningkatkan efisiensi biaya sekaligus memaksimalkan Return on Investment (ROI). Linda, Jon, dan Gulda (2022) mengemukakan bahwa pemanfaatan analitik digital dalam pengambilan keputusan pemasaran berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kinerja penjualan online. Dengan demikian, pelaku usaha dalam sistem reseller dan affiliate dituntut untuk mengadopsi pendekatan berbasis data (data-driven decision making) dalam menentukan prioritas investasi pada kanal pemasaran yang memiliki tingkat efektivitas tertinggi.

2. Penguatan Efisiensi Biaya melalui Pengendalian Struktur Komisi dan Operasional

Strategi kedua berfokus pada penguatan efisiensi biaya melalui pengendalian struktur pengeluaran, khususnya terkait dengan komisi afiliasi dan biaya operasional. Dalam praktiknya, meskipun affiliate marketing dikenal sebagai strategi dengan biaya relatif rendah, ketidakterkendalian dalam pemberian komisi dapat berimplikasi pada penurunan margin keuntungan.

Irine (2021) menegaskan bahwa keseimbangan antara biaya akuisisi pelanggan (customer acquisition cost) dan nilai penjualan yang dihasilkan merupakan determinan utama dalam menjaga profitabilitas bisnis digital. Oleh karena itu, diperlukan perancangan skema komisi yang proporsional dan adaptif, seperti penerapan sistem komisi bertingkat (tiered commission), guna mendorong kinerja afiliasi tanpa mengorbankan keberlanjutan keuntungan.

Pada sisi reseller, efisiensi biaya juga mencakup optimalisasi manajemen rantai pasok, pengendalian biaya logistik, serta pengelolaan persediaan. Implementasi teknologi berbasis digital, seperti sistem manajemen inventori dan otomatisasi proses operasional, terbukti mampu meningkatkan efisiensi sekaligus menekan biaya operasional secara signifikan.

3. Integrasi Budgeting dengan Strategi Penetapan Harga dan Kebijakan Promosi

Strategi ketiga adalah integrasi antara budgeting dengan strategi penetapan harga (pricing strategy) serta kebijakan promosi. Dalam sistem reseller, penentuan harga jual harus mempertimbangkan keseluruhan struktur biaya, termasuk biaya pemasaran, distribusi, dan margin keuntungan yang diharapkan.

Penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal VISI TYUK (2020) menunjukkan bahwa keberhasilan penjualan online sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menyeimbangkan harga yang kompetitif dengan persepsi nilai (perceived value) konsumen. Dengan demikian, budgeting berfungsi sebagai dasar dalam merumuskan kebijakan harga yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga berkelanjutan secara finansial.

Dalam sistem affiliate, integrasi ini juga mencakup pengelolaan anggaran promosi, seperti pemberian diskon, insentif, dan program loyalitas. Perencanaan anggaran promosi yang tepat akan meningkatkan daya tarik produk sekaligus menjaga stabilitas margin keuntungan perusahaan.

4. Implementasi Sistem Monitoring dan Evaluasi Kinerja Keuangan Secara Berkelanjutan

Strategi keempat adalah implementasi sistem monitoring dan evaluasi kinerja keuangan secara berkelanjutan. Budgeting yang efektif bersifat dinamis dan memerlukan proses pengawasan serta penyesuaian secara periodik sesuai dengan perubahan kondisi pasar dan perilaku konsumen.

Ramadhayanti (2021) mengemukakan bahwa peningkatan volume penjualan dalam sistem affiliate sangat dipengaruhi oleh efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Oleh karena itu, evaluasi kinerja keuangan harus dilakukan secara sistematis dengan menggunakan indikator kuantitatif, seperti Return on Investment (ROI), Cost per Acquisition (CPA), conversion rate, serta margin profit.

Melalui proses evaluasi yang berkelanjutan, pelaku usaha dapat mengidentifikasi ketidakefisienan, melakukan realokasi anggaran secara optimal, serta merumuskan strategi yang lebih adaptif. Pendekatan ini tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan profitabilitas jangka pendek, tetapi juga memperkuat daya saing dan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa penyusunan anggaran memiliki peran penting dalam meningkatkan profitabilitas dari penjualan online bagi reseller dan affiliate. Penyusunan anggaran berfungsi sebagai alat untuk perencanaan, pengawasan, dan penilaian yang membantu perusahaan mendistribusikan biaya dengan lebih efisien, terutama dalam bidang pemasaran digital. Dengan adanya anggaran yang baik, peningkatan penjualan dapat menghasilkan laba yang lebih besar karena pengendalian biaya bisa dilakukan dengan lebih efektif. Efektivitas penyusunan anggaran dipengaruhi oleh pemahaman keuangan, penggunaan teknologi, serta kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar. Oleh karena itu, strategi penganggaran yang tepat sangat diperlukan untuk mencapai profitabilitas yang berkelanjutan.

Saran

Pelaku reseller dan affiliate disarankan untuk menerapkan metode anggaran secara teratur dan melakukan evaluasi anggaran secara berkala. Selain itu, meningkatkan pemahaman literasi keuangan dan memaksimalkan penggunaan teknologi digital sangat penting untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih baik. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji topik ini dengan metode kuantitatif agar memperoleh bukti empiris yang lebih kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Abbas, M., Ibrahim, I., Hasanuddin, R., Fitri, F., & Umar, R. (2023). The effect of affiliate programs and consumer behavior on profit margins. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 453–468.



- Arbitrase. (2023). Peran affiliate marketing dalam meningkatkan penjualan produk di era digital. Diakses dari <https://paspama.org/index.php/Arbitrase/article/view/84>
- Charles T. Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2014). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis* (14th ed.). Pearson.
- Edutik: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi. (2023). Strategi digital marketing melalui affiliate marketing dalam meningkatkan brand awareness dan penjualan. Diakses dari <https://calamus.id/index.php/edutik/article/view/23>
- Firmansyah, D., & Nugraha, A. (2023). Pengaruh efisiensi operasional terhadap profitabilitas pada bisnis digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(2), 115–128.
- Hidayat, R., & Pratama, A. (2023). Analisis budgeting dalam meningkatkan efisiensi biaya pemasaran digital. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Modern*, 5(1), 45–58.
- Horngren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). *Cost accounting: A managerial emphasis* (16th ed.). Pearson.
- Jurnal Akuntansi dan Bisnis Nusantara*. (2022). Pentingnya perencanaan anggaran (budgeting) dalam meningkatkan kinerja keuangan usaha kecil. Diakses dari <https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/jabn/article/view/2899>
- Kusuma, I. P., & Lestari, N. (2024). Strategi digital marketing dalam meningkatkan profitabilitas usaha berbasis online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 6(1), 77–90.
- Putri, S. A., Rahman, M., & Utami, D. (2024). Pengaruh affiliate marketing terhadap minat beli konsumen di media sosial. *Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 5(2), 132–145.
- Rahmawati, L., & Sari, D. (2023). Pengaruh affiliate marketing terhadap keputusan pembelian pada platform e-commerce. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 21–34.
- Ray H. Garrison, R. H., Noreen, E. W., & Brewer, P. C. (2018). *Managerial Accounting* (16th ed.). McGraw-Hill Education.
- Saputra, R., & Riofita, H. (2024). Peran budgeting dalam meningkatkan kinerja keuangan usaha kecil dan menengah. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Indonesia*, 8(1), 55–68.
- Suryana, P. (2023). Affiliate marketing: Marketing strategy to increase online sales. *Journal Arbitrase: Economy, Management and Accounting*, 1(2), 135–142.
- Wibowo, A. (2022). Peran reseller dalam distribusi produk pada bisnis online. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 3(2), 89–101.
- Zainuddin, Z., & Sutariyono. (2025). Analisis strategi affiliate marketing terhadap keputusan pembelian dalam perspektif e-commerce. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 170–181.
- Irine. (2021). *Analisis Efisiensi Biaya dan Profitabilitas dalam Bisnis Digital*.
- Linda, L., Jon, J., & Gulda, G. (2022). *Strategi Pemasaran Digital dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Penjualan Online*.
- Ramadhayanti, A. (2021). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Affiliate Marketing terhadap Volume Penjualan*.
- VISI TYUK. (2020). *Pengaruh Strategi Penjualan Online terhadap Profitabilitas Usaha Digital*, Vol. 2 No. 2, Hal. 75–88.
- Chaffey, D. (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing*. Kogan Page.



- Drury, C. (2015). *Management and Cost Accounting*. Cengage Learning.
- Hornigren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Ryan, D. (2017). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson.
- Santika, S., Sari, D. R., Sorongan, E., Finanto, H., & Novri, F. (2024). *Otomasi pengelolaan anggaran (budgeting) pada UMKM menggunakan pendekatan macro excel berbasis dashboard view*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi dan Bisnis Digital. <https://doi.org/10.70248/jpmebd.v1i3.1337>
- Sari, C. M., Huda, Q., & Tegar, T. (2024). *Penerapan budgeting syariah dalam mendorong efektivitas usaha mikro kecil menengah*. Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat. <https://doi.org/10.56013/jak.v5i1.3906>
- Jubaidah, H. N., & Nafisah, R. A. (2024). *Budgeting sebagai alat strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah tekanan ekonomi global*. Gunung Djati Conference Series. <https://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/2957>
- Kurniawan, D. (2023). *Peran anggaran dan efektivitasnya dalam pengendalian manajemen pada UMKM*. Fibonacci: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Keuangan. <https://doi.org/10.63217/fibonacci.v1i2.115>