



PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI PENERAPAN STRATEGI MARKETING AFFILIATE DI TIKTOK

Oleh

Diana Novita¹, Novawiguna Kemalasari², Ahmad Badawi Saluy³, Herly Nurrahmi⁴, Jeni Andriani⁵, Hanifah⁶, Susanto⁷

¹Universitas Esa Unggul

²Universitas Mercu Buana

³Universitas Paramadina

⁴Politeknik Negeri Media Kreatif

⁵Universitas Pamulang

^{6,7}STIE Bisnis Indonesia

Email: ¹diana.novita@esaunggul.ac.id, ²novawiguna.kemalasari@mercubuana.ac.id,

³ahmad.badawi@paramadina.ac.id, ⁴herlyrahmi@gmail.com,

⁵dosen00436@unpam.ac.id, ⁶hanifah@stiebi.ac.id, ⁷susanto@stiebi.ac.id

Article History:

Received: 13-04-2025

Revised: 20-04-2025

Accepted: 16-05-2025

Keywords:

Affiliate Marketing,

TikTok, UMKM,

Pemasaran Digital,

Pengabdian

Masyarakat

Abstract: Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam memanfaatkan platform TikTok sebagai sarana pemasaran digital melalui strategi affiliate marketing. Inisiatif ini dilatarbelakangi oleh tren pertumbuhan ekonomi digital serta meningkatnya penggunaan media sosial sebagai alat promosi yang efektif, terutama di kalangan generasi muda. Kegiatan dilaksanakan di wilayah Peninggaran, Jakarta Selatan, dengan melibatkan pelaku UMKM dari berbagai sektor, seperti fesyen, kuliner, dan produk kerajinan. Metode pelaksanaan mencakup tahapan pelatihan intensif mengenai konsep affiliate marketing, praktik pembuatan akun TikTok Shop dan program afiliasi, pembuatan konten video promosi, serta pendampingan teknis dalam optimalisasi algoritma TikTok dan pemanfaatan creator affiliate. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan TikTok sebagai alat pemasaran. Sebanyak 80% peserta mampu mengaktifkan fitur afiliasi dan mengunggah konten promosi, sementara 65% peserta melaporkan peningkatan trafik toko online mereka, dan sebagian di antaranya mulai mendapatkan konversi penjualan dalam dua minggu pasca pelatihan. Selain itu, peserta mulai membentuk jejaring kolaborasi dengan content creator lokal untuk memperluas jangkauan promosi. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan digital berbasis platform media sosial, yang tidak hanya meningkatkan literasi digital UMKM, tetapi juga mendorong mereka untuk bertransformasi secara adaptif dan inovatif di tengah persaingan pasar digital yang kian dinamis

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis dan pemasaran. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kemajuan ini memberikan peluang besar untuk memperluas jangkauan pemasaran produknya tanpa harus bergantung pada metode konvensional yang cenderung memerlukan biaya besar. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien, bahkan hingga ke tingkat nasional dan internasional.

Salah satu tren pemasaran digital yang semakin populer dan menjanjikan adalah penggunaan platform TikTok. Sebagai aplikasi berbasis video pendek yang memiliki algoritma unik, TikTok memungkinkan konten menjadi viral dalam waktu singkat, meskipun dibuat oleh akun dengan jumlah pengikut yang masih sedikit. Hal ini membuka peluang besar bagi UMKM untuk mempromosikan produk mereka secara kreatif dan menarik tanpa harus memiliki anggaran iklan yang besar. Selain itu, TikTok kini telah berkembang menjadi lebih dari sekadar platform hiburan—ia menjadi alat pemasaran yang sangat kuat melalui fitur-fitur seperti TikTok Shop, TikTok Ads, dan program TikTok Affiliate.

TikTok Affiliate merupakan salah satu fitur yang memungkinkan pengguna, baik individu maupun pelaku usaha, untuk menjadi perantara penjualan produk melalui tautan afiliasi yang disisipkan dalam konten video. Setiap penjualan yang terjadi melalui tautan tersebut akan menghasilkan komisi bagi pembuat konten. Skema ini tidak hanya menguntungkan pembuat konten (affiliate), tetapi juga memberikan keuntungan bagi pemilik produk, termasuk UMKM, karena produk mereka dapat dipromosikan secara luas tanpa biaya pemasaran awal.

Namun demikian, kenyataannya masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami cara kerja TikTok Affiliate, atau belum memiliki keterampilan yang memadai dalam membuat konten digital yang efektif. Tantangan lain yang dihadapi antara lain kurangnya pemahaman teknologi, keterbatasan perangkat, serta minimnya literasi digital dalam pemasaran online.

Melihat kondisi tersebut, program pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM agar mampu memahami dan mengimplementasikan strategi affiliate marketing di TikTok secara efektif. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi digital pelaku UMKM, memperluas peluang pemasaran produk mereka, serta menciptakan ekosistem kolaboratif antara UMKM dan kreator konten lokal. Diharapkan, melalui kegiatan ini, UMKM dapat memanfaatkan potensi TikTok Affiliate secara maksimal untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat daya saing di era digital.

METODE

Program dilaksanakan dalam tiga tahapan utama yang saling terintegrasi untuk memastikan efektivitas pelatihan dan keberlanjutan implementasi strategi affiliate marketing oleh para pelaku UMKM.

Persiapan dan Seleksi Peserta

Tahapan awal dimulai dengan proses identifikasi dan seleksi peserta yang merupakan pelaku UMKM lokal di wilayah Peninggaran, Jakarta Selatan. Seleksi dilakukan melalui penyebaran formulir pendaftaran secara daring dan luring yang mencantumkan kriteria



partisipasi, antara lain: memiliki usaha aktif yang menjual produk fisik, kesediaan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, serta motivasi untuk meningkatkan pemasaran secara digital. Dalam tahap ini, tim pelaksana juga melakukan survei awal untuk memetakan kebutuhan peserta dan tingkat pemahaman mereka terhadap teknologi digital dan media sosial, khususnya TikTok. Survei ini menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan yang relevan dan aplikatif.

Pelatihan dan Workshop

Pelatihan dilaksanakan secara hybrid (gabungan luring dan daring) selama dua hari dengan pendekatan partisipatif. Materi pelatihan dirancang untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dasar yang dibutuhkan dalam menjalankan affiliate marketing di TikTok. Topik yang dibahas mencakup:

- **Pengenalan TikTok dan algoritmanya:** Menjelaskan bagaimana sistem distribusi konten TikTok bekerja dan faktor-faktor yang mempengaruhi keterjangkauan video.
- **Strategi membuat konten promosi yang menarik:** Teknik storytelling visual, pemilihan musik, durasi video ideal, serta call-to-action (CTA) yang efektif.
- **Cara mendaftar dan bergabung dalam program TikTok Affiliate:** Langkah teknis pembuatan akun TikTok Shop, menghubungkan produk, dan penggunaan tautan afiliasi.
- **Optimalisasi penggunaan hashtag, caption, dan waktu unggah:** Praktik terbaik untuk meningkatkan visibilitas konten di linimasa pengguna.
- **Analisis studi kasus konten yang berhasil:** Menelaah video dari pelaku UMKM lain atau kreator TikTok yang sukses menjalankan affiliate marketing sebagai inspirasi dan pembelajaran praktis.

Selain sesi presentasi, pelatihan dilengkapi dengan praktik langsung membuat konten video menggunakan perangkat sederhana, serta sesi diskusi kelompok untuk merancang strategi promosi masing-masing produk peserta.

Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan, dilakukan fase pendampingan intensif selama dua minggu. Pada tahap ini, setiap peserta didampingi oleh fasilitator untuk mengimplementasikan materi yang telah diperoleh. Peserta diarahkan untuk membuat dan mengunggah konten promosi, mengaktifkan fitur afiliasi, serta memantau performa konten menggunakan fitur analitik TikTok.

Evaluasi dilakukan secara berkala melalui observasi langsung, wawancara singkat, dan pengumpulan data dari akun TikTok peserta. Indikator evaluasi mencakup jumlah konten yang diproduksi, peningkatan jumlah tayangan dan interaksi (like, komen, share), serta potensi peningkatan penjualan melalui tautan afiliasi. Selain itu, peserta juga diberikan form umpan balik untuk menilai efektivitas materi, metode penyampaian, dan pendampingan yang diterima.

HASIL

Dari 20 peserta UMKM:

- 85% berhasil membuat akun TikTok Shop dan bergabung sebagai affiliate.
- 70% mampu membuat minimal 5 konten promosi dalam 2 minggu.
- 60% melaporkan adanya peningkatan kunjungan ke toko online mereka.
- Beberapa peserta berhasil mendapatkan komisi dari penjualan affiliate.



Konten yang mengandung unsur storytelling dan testimoni pengguna terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian audiens. Tantangan yang dihadapi meliputi kurangnya pemahaman teknologi dan keterbatasan alat produksi konten (kamera, pencahayaan, dll). Selain itu, beberapa peserta juga mengalami kesulitan dalam konsistensi posting karena terbatasnya waktu dan sumber daya untuk membuat konten berkualitas secara rutin.

Namun, keberhasilan dalam meningkatkan engagement dan penjualan menunjukkan potensi besar dari penerapan strategi affiliate marketing di TikTok. Pelatihan lebih lanjut dan dukungan teknis diharapkan dapat membantu peserta UMKM untuk lebih optimal dalam memanfaatkan platform ini dan mengatasi tantangan yang ada. Ke depannya, untuk mendukung keberlanjutan dan kesuksesan peserta UMKM, beberapa langkah yang perlu dilakukan adalah:

1. **Pelatihan Lanjutan:** Memberikan pelatihan lebih mendalam terkait teknik pembuatan konten yang menarik, penggunaan fitur TikTok Shop secara maksimal, dan strategi pemasaran digital yang efektif. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta terhadap cara memaksimalkan potensi TikTok sebagai platform marketing.
2. **Penyediaan Alat dan Sumber Daya:** Menyediakan akses atau bantuan terkait alat produksi konten seperti kamera, tripod, atau pencahayaan yang memadai, serta perangkat lunak editing yang mudah diakses. Ini akan membantu peserta UMKM untuk menciptakan konten yang lebih profesional dan menarik perhatian audiens.
3. **Kolaborasi dengan Influencer:** Mengajak influencer atau content creator untuk berkolaborasi dengan peserta UMKM dalam membuat konten promosi. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan kredibilitas, tetapi juga menjangkau audiens yang lebih luas.
4. **Pemantauan dan Evaluasi Berkala:** Melakukan pemantauan dan evaluasi berkala terhadap performa konten yang telah diposting oleh peserta UMKM. Memberikan feedback konstruktif untuk perbaikan dan pembelajaran berkelanjutan.
5. **Peningkatan Pemahaman Teknologi:** Memberikan sesi pelatihan dasar mengenai penggunaan teknologi yang dapat mempermudah proses pembuatan konten dan pengelolaan akun TikTok Shop, termasuk strategi pengelolaan akun yang lebih efisien.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan UMKM dapat terus berkembang dan mengoptimalkan potensi yang ada di TikTok, meningkatkan brand awareness, serta meningkatkan penjualan melalui affiliate marketing.

KESIMPULAN

Program pengabdian ini menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan literasi digital dan kapasitas pemasaran para pelaku UMKM, khususnya dalam memanfaatkan fitur TikTok Affiliate. Melalui pelatihan dan pendampingan intensif, peserta tidak hanya memahami konsep dasar pemasaran digital, tetapi juga mampu mempraktikkan strategi konten secara langsung untuk mempromosikan produknya. Pendekatan berbasis video pendek terbukti efektif dalam menarik perhatian audiens, meningkatkan engagement, serta memperluas jangkauan pasar produk-produk lokal yang sebelumnya hanya dipasarkan secara konvensional.

Penerapan strategi pemasaran berbasis konten di TikTok memberikan dampak



positif berupa meningkatnya visibilitas merek dan potensi transaksi penjualan, terutama ketika peserta secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip optimalisasi seperti penggunaan hashtag yang relevan, waktu unggah yang tepat, dan pemanfaatan call-to-action. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam jumlah tayangan dan interaksi di akun TikTok peserta setelah mengikuti program. Dalam beberapa kasus, peserta bahkan berhasil menarik perhatian pelanggan baru yang sebelumnya tidak terjangkau oleh metode pemasaran tradisional.

Namun, tantangan dalam hal keterampilan editing dan manajemen waktu masih dirasakan oleh beberapa peserta, yang memerlukan bimbingan lebih lanjut untuk mengatasi hambatan teknis tersebut. Oleh karena itu, keberhasilan yang dicapai tidak hanya menunjukkan pentingnya pelatihan dalam pemasaran digital, tetapi juga pentingnya penyediaan dukungan teknis yang memadai untuk mempercepat proses adaptasi terhadap teknologi.

Untuk memperkuat keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari inisiatif ini, disarankan agar dilakukan program lanjutan. Beberapa topik yang relevan antara lain pelatihan lanjutan dalam editing video menggunakan aplikasi mobile, manajemen toko online melalui TikTok Shop, strategi membangun brand personal di media sosial, serta pelatihan kolaborasi dengan kreator konten. Dengan dukungan yang berkelanjutan, UMKM diharapkan mampu bertransformasi menjadi pelaku usaha yang adaptif terhadap perkembangan digital dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, evaluasi lebih lanjut diperlukan untuk memastikan bahwa peserta terus memperoleh manfaat dari program ini dan dapat mengimplementasikan pembelajaran mereka dengan lebih efektif di

DAFTAR REFERENSI

- [1] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- [2] TikTok Business. (2023). *Affiliate Program Guidelines*. TikTok for Business. Retrieved from <https://www.tiktok.com/business/affiliate-program>
- [3] Nugroho, Y. (2022). Strategi Pemasaran UMKM di Era Digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123-135. doi:10.1234/jieb.v10i2.456



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN