

Implementasi Program Affiliate TikTok dan Shopee sebagai Solusi Peningkatan Ekonomi Ibu PKK dalam Pemberdayaan Komunitas Digital

Zufro Tul Faridah¹, Ganal Arief Rahmawan^{2*}, Nikmatul Kholifah¹, Nikmatul Lailiyah³

¹Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

²Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia;

³Program Studi Akuntansi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo, Indonesia.

Abstrak

Program afiliasi digital melalui platform TikTok dan Shopee memberikan peluang baru dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya kelompok ibu PKK di Desa Krembung. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR) yang melibatkan partisipasi aktif anggota PKK dalam setiap tahap, mulai dari identifikasi masalah, pelatihan, hingga implementasi. Hasil program menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran digital, kemampuan membuat konten promosi, serta keterampilan memanfaatkan fitur afiliasi untuk menambah penghasilan keluarga. Meski masih terdapat kendala berupa keterbatasan akses teknologi dan pemahaman awal, program ini terbukti mendorong kemandirian ekonomi lokal melalui pemanfaatan media digital. Dengan demikian, afiliasi TikTok dan Shopee berpotensi menjadi solusi berkelanjutan dalam pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas.

Kata kunci

Afiliasi Digital; Ekonomi Lokal; Pemberdayaan masyarakat; Shopee; TikTok.

Abstract

The digital affiliate program through the TikTok and Shopee platforms provides new opportunities to improve community welfare, particularly for the Family Welfare Movement (PKK) women's group in Krembung Village. This community service activity was implemented using a Participatory Action Research (PAR) approach, involving the active participation of PKK members at every stage, from problem identification and training to implementation. The program results demonstrated an increase in participants' understanding of digital marketing strategies, their ability to create promotional content, and their skills in utilizing affiliate features to supplement family income. Despite challenges such as limited access to technology and initial understanding, the program has proven to encourage local economic independence using digital media. Thus, the TikTok and Shopee affiliate program has the potential to be a sustainable solution for community-based economic empowerment.

Keywords

Digital Affiliation; Local Economy; Community Empowerment; Shopee; TikTok

Korespondensi
Ganal Arief Rahmawan
ganal423.piaud@unusida.ac.id

Pendahuluan

Pada era digital saat ini tren belanja dari *offline ke e-commerce (online)* berkembang secara signifikan (Idris, Arfah and Semmaila, 2022). Melalui kemajuan teknologi dan kemudahan akses internet mendorong para pelaku bisnis untuk membuka usaha di platform *online* seperti tiktok dan shopee. Adanya platform media sosial ini tidak hanya mendukung kemajuan ekonomi tetapi juga mempermudah konsumen dalam belanja tanpa datang ke tempat (*offline*) store sehingga memberikan kenyamanan, menghemat waktu dan mempermudah transaksi dari rumah melalui media sosial.

Semakin berkembangnya media sosial *e-commerce* muncullah program afiliasi dimana program ini merupakan strategi pemasaran yang efektif dan efisien untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan (Laudon and Traver, 2020). Program ini juga dapat dimanfaatkan oleh para kreator/individu di media sosial dengan cara mempromosikan produk/jasa yang kemudian akan menghasilkan komisi dari penjualan dengan menautkan produk afiliasi tersebut. Program Afiliasi juga berperan dalam mengembangkan ekonomi kreatif, melalui program afiliasi ini konten kreator dapat mengasah keterampilan dalam pembuatan video dan strategi pemasaran digital. Adanya lingkungan yang mendukung inovasi dan kreatifitas tersebut akan memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal, menciptakan peluang bisnis kreatif, dan mendorong pertumbuhan bisnis digital di berbagai daerah.

Pada Desa Krembung tepatnya di RT 17 RW 07 salah satu komunitas lokal Kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang terdiri dari Ibu Rumah Tangga ingin meningkatkan kesejahteraan komunitasnya. Adanya program afiliasi ini menjadi wadah inisiatif berbasis digital bagi anggota PKK untuk mendukung perekonomian keluarga (Dimali *et al.*, 2023). Program afiliasi ini dapat dimanfaatkan oleh anggota PKK untuk memperoleh penghasilan tambahan cukup dengan memasarkan produk dan akan mendapatkan komisi dari produk yang terjual tanpa mengeluarkan modal tapi hanya diperlukan koneksi internet (Fauza Husna, 2023). Namun, masih banyak anggota PKK yang masih belum memahami tentang penggunaan platform digital ini karena keterbatasan informasi. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan anggota PKK dalam optimalisasi program afiliasi secara efektif.

Pengabdian masyarakat di Sidoarjo berupa teknologi *Artificial Intelligence* (Novaria Lailatul *et al.*, 2025) dan peran bimbingan belajar (Safia *et al.*, 2025) telah dilaksanakan. Namun, pengabdian masyarakat terkait implementasi program affiliate tiktok dan shopee sebagai solusi peningkatan ekonomi Ibu PKK belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya anggota PKK Desa Krembung, tentang pemanfaatan teknologi digital berupa sistem afiliasi untuk mendukung kemajuan ekonomi. Program ini diharapkan mampu membuka peluang memperoleh penghasilan tanpa modal besar sekaligus membekali masyarakat dengan keterampilan baru yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini.

Metode

Program ini adalah bagian dari bentuk pengabdian kepada masyarakat di mana metode tersebut dikombinasikan dengan pendekatan *participatory action research* (PAR) di mana yang menjadi sasarannya adalah Ibu PKK di RT 17 RW 07 Desa Krembung dengan orientasi kegiatan adalah mendayagunakan peluang bisnis di masa kini melalui media digital TikTok dan Shopee untuk dapat lebih kreatif dan inovatif melalui pemanfaatan afiliasi guna memajukan perekonomian keluarga.

Pada hal ini pendekatan yang digunakan lebih menekankan pada partisipasi masyarakat untuk turut serta dalam penelitian mulai dari tahap perencanaan hingga realisasi tujuan yang tidak hanya sebagai pengamat tetapi juga turut serta dalam mewujudkan suatu perubahan yang nyata (Nurrahman *et al.*, 2024). Wujud pelaksanaan ini diawali dengan melakukan identifikasi terlebih dahulu terkait masalah yang dihadapi oleh para ibu PKK khususnya masalah perekonomian keluarga yang tinggal di Desa Krembung yang dalam hal ini didapati informasi melalui wawancara dan diskusi kelompok secara terarah serta dilakukan pula survei awal untuk mendapatkan data terkait pemahaman ibu-ibu PKK terhadap afiliasi digital, cara pemasaran beserta tantangan yang berpotensi muncul dan perlu dihadapi dalam implementasi program afiliasi di Desa Krembung.

Setelah memahami kondisi awal, tahap berikutnya adalah penyuluhan dan pelatihan yang dirancang secara partisipatif agar anggota ibu PKK Desa Krembung tidak hanya menerima materi secara teori, tetapi juga terlibat langsung dalam praktik. Penyuluhan mencakup pemahaman dasar mengenai afiliasi digital, strategi pemasaran berbasis media sosial, serta teknik pembuatan konten promosi yang menarik. Selanjutnya, dalam sesi pelatihan praktik, peserta diajak untuk membuat dan mengunggah konten promosi.

Selanjutnya, peserta juga diberikan panduan teknis mengenai cara mendaftar dan memanfaatkan fitur TikTok Afiliasi, termasuk cara menjalin kerja sama dengan kreator konten, memilih produk yang relevan, serta strategi meningkatkan konversi penjualan. Tahap selanjutnya adalah implementasi dan monitoring, di mana anggota ibu PKK Desa Krembung mulai menerapkan strategi yang telah dipelajari secara mandiri. Selama periode ini, dilakukan pemantauan terhadap perkembangan keterlibatan audiens, peningkatan jumlah pengunjung atau pelanggan, serta efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan. Data yang diperoleh dianalisis untuk melihat tren pertumbuhan serta mengidentifikasi tantangan yang masih dihadapi.

Pendekatan PAR ini, suatu proses di mana komunitas secara sistematis mempelajari permasalahan yang mereka hadapi dengan pendekatan ilmiah guna membimbing, menyempurnakan, dan menilai keputusan serta tindakan yang mereka lakukan. PAR ini memiliki indikator, antara lain 1) *To Know*, merupakan tahap pendahuluan dalam upaya pemberdayaan yang mengakomodasi sudut pandang subjektif peneliti terhadap dinamika kehidupan masyarakat yang diteliti. Proses ini mencakup identifikasi potensi sumber daya alam dan manusia, serta pembentukan kesepakatan bersama agar peneliti dapat diterima oleh komunitas tersebut. 2) *To Understand*, memahami permasalahan yang ada yaitu untuk membantu pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal, 3) *To Plan*, merencanakan kegiatan berupa pelatihan dalam memaksimalkan tiktok sebagai media promosi serta afiliasi, 4) *To Action*, melakukan program pelatihan simulasi, dan metode tanya jawab untuk memberikan kesempatan menggali sedalam-dalamnya terkait materi yang diberikan, 5) *To Reflection*, penyadaraan, 6) *Evaluation*, evaluasi berkelanjutan dari program pengabdian kepada masyarakat (PKM).

Pendekatan *coaching* dapat membantu masyarakat lebih memahami masalah mereka dan mengembangkan solusi yang tepat dengan memaksimalkan potensi yang ada, serta meningkatkan rasa kepemilikan atas hasil dari setiap upaya pemberdayaan yang dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Pada program pengabdian kepada masyarakat, dalam hal ini digunakan pendekatan *Participatory Action Research*, menurut hasil observasi dan wawancara peneliti pada data yang didapat dari lapangan bahwa pada tahap *To Know* ditemukan di Desa Krembung tepatnya di RT 17 RW 07 salah satu komunitas lokal Kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) yang terdiri dari Ibu Rumah Tangga ingin meningkatkan kesejahteraan komunitasnya. Selain itu, dari para ibu PKK belum memahami strategi pemasaran digital yang efektif, terutama dalam pembuatan konten promosi. Mereka masih belum mengetahui pentingnya elemen *hook*, *tagline*, dan manuskrip dalam video pemasaran, sehingga konten yang dihasilkan kurang menarik dan tidak mampu menarik perhatian calon pelanggan. Dari tahapan tersebut peneliti menyimpulkan bahwa kelompok ibu PKK Desa Krembung mengetahui pentingnya pemanfaatan teknologi tetapi mereka tidak memiliki pemahaman yang cukup memanfaatkannya sebagai media penjualan yang dapat meningkatkan perekonomiannya.

Tahapan *To Understand* yaitu kurangnya pemahaman tentang TikTok dan Shopee Afiliasi juga menjadi kendala dalam upaya meningkatkan jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan melalui platform digital. Padahal, dengan memanfaatkan fitur afiliasi di TikTok dan Shopee, para pelaku usaha dapat memperluas pasar tanpa harus mengeluarkan biaya iklan yang besar. TikTok dan Shopee Afiliasi memungkinkan para pemilik produk untuk bekerja sama dengan konten creator dalam mempromosikan produk mereka. Sistem komisi yang diterapkan membuat para kreator lebih termotivasi untuk menghasilkan konten yang menarik dan mendorong audiens melakukan pembelian. Dengan kata lain, strategi pemasaran ini tidak hanya menguntungkan pemilik produk tetapi juga memberikan peluang tambahan bagi konten kreator untuk mendapatkan penghasilan.

Pada tahapan *to understand*, juga mencakup pemilihan produk yang tepat untuk dipromosikan. Audiens sebagai kreator perlu memilih produk yang sesuai dengan niche atau minat audiens mereka agar promosi terasa lebih natural dan meyakinkan. Selain itu, pemilik produk harus memastikan bahwa deskripsi, harga, dan kualitas produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan peluang *repeat order*.

Meskipun program ini memiliki potensi besar dalam meningkatkan pemasaran digital dan ekonomi lokal, pelaksanaannya tidak terlepas dari berbagai kendala yang dihadapi oleh peserta. Salah satu tantangan utama adalah akses terhadap teknologi, terutama bagi anggota ibu PKK Desa Krembung yang belum terbiasa menggunakan platform digital. Banyak dari mereka yang belum memiliki perangkat yang memadai atau akses internet yang stabil, sehingga sulit untuk secara konsisten membuat dan mengunggah konten di TikTok maupun Shopee. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan finansial juga menjadi hambatan dalam implementasi program ini.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Affiliate Tiktok dan Shopee

Tahapan *to plan* yaitu mengidentifikasi daya tarik dari Desa Krembung serta mengadakan pelatihan khusus bagi anggotanya mengenai teknik dasar videografi, editing, serta manajemen media sosial seperti yang ditunjukkan pada gambar 1. Melalui keterampilan ini, mereka mampu secara mandiri menghasilkan konten yang konsisten dan menarik, tanpa harus selalu bergantung pada pihak luar. Pelatihan ini mencakup cara membuat *storyboard* sederhana, menentukan angle pengambilan gambar yang menarik, hingga teknik editing yang mampu menciptakan efek visual yang memukau.

Tahapan *to action* yaitu penyuluhan edukatif dan pelatihan praktik. Tahap pertama adalah penyuluhan yang berfokus pada pemahaman dasar mengenai pemasaran digital, khususnya dalam penggunaan media sosial sebagai alat promosi yang efektif. Selain manfaat ekonomi, program ini juga memperkuat kolaborasi antar anggota komunitas, menciptakan ekosistem digital yang lebih inklusif. Keberlanjutan program bergantung pada konsistensi dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran. Jika tren ini terus berkembang, digitalisasi bisnis dapat menjadi faktor utama dalam pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan di RT 17 RW 07 Desa Krembung khususnya para Ibu PKK.

Berdasarkan hasil program pengabdian kepada masyarakat didapati hasil terjadi peningkatan kemampuan anggota PKK di RT 17 RW 07 Desa Krembung yang mulai aktif menggunakan media afiliasi TikTok dan Shopee secara mandiri untuk meningkatkan perekonomian keluarga.

Limitasi

Kajian kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbatas pada tingkat RT 17 RW 07 Desa Krembung, Kecamatan Krembung, Kabupaten Sidoarjo.

Kesimpulan

kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menegaskan bahwa tujuan utama program adalah memberikan pendampingan dan peningkatan kapasitas anggota PKK dalam memanfaatkan sistem afiliasi TikTok dan Shopee sebagai strategi penguatan ekonomi keluarga berbasis digital. Hasil pelaksanaan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep pemasaran digital, kemampuan membuat konten promosi, serta keberanian untuk mengimplementasikan fitur afiliasi secara mandiri. Program ini membuktikan bahwa pendekatan partisipatif mampu mendorong kemandirian ekonomi komunitas melalui pemanfaatan teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. Temuan ini sekaligus memperlihatkan bahwa pelatihan berbasis praktik lebih efektif dibandingkan penyampaian teori semata karena peserta dapat langsung menguji keterampilan yang dipelajari dalam konteks nyata.

Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah yang hanya berfokus pada satu RT sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan pada komunitas yang lebih luas. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji keberlanjutan dampak ekonomi program dalam jangka panjang, memperluas partisipan lintas wilayah, serta mengintegrasikan evaluasi kuantitatif terhadap peningkatan pendapatan peserta. Implikasi dari kegiatan ini menunjukkan bahwa model pelatihan afiliasi digital berbasis komunitas berpotensi direplikasi sebagai strategi pemberdayaan ekonomi lokal, khususnya bagi kelompok perempuan. Pendekatan ini dapat menjadi referensi bagi pemerintah desa, lembaga pemberdayaan masyarakat, maupun institusi pendidikan dalam merancang program ekonomi kreatif yang adaptif terhadap transformasi digital.

Konflik Kepentingan

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada kepala desa, tokoh dan warga RT 17 RW 07 Desa Krembung Kecamatan Krembung Kabupaten Sidoarjo atas kerjasama dan dukungan sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat.

Daftar Pustaka

Dimali, W. et al. (2023) 'A Literature Review on Students University Choice and Satisfaction', *International Journal of Educational Administration and Policy Studies*, 15(2), pp. 71–87. Available at: <https://doi.org/10.5897/IJEAPS2023.0753>.

Fauza Husna (2023) 'Peran Affiliator dalam Menarik Minat Belanja Konsumen', *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, pp. 299–306. Available at: <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.135>.

Idris, M., Arfah, A. and Semmaila, B. (2022) 'Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen', *Yume: Journal of Management*, 5(3). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/yum.v5i3.3037>.

Laudon, K.C. and Traver, C.G. (2020) *E-Commerce 2020-2021: Business, Technology and Society, Global Edition*. London: Pearson Education.

Novaria Lailatul et al. (2025) 'Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk Mendukung Guru dalam Pembelajaran Interaktif di SD Negeri Tirulor 1 Gurah - Kediri', *Nusantara Community Empowerment Review*, 3(2), pp. 343–349. Available at: <https://doi.org/10.55732/rcf8mv61>.

Nurrahman, S. et al. (2024) 'Pemanfaatan Platform Digital E-commerce Tiktok & Shopee Affiliate dalam Manajemen Resiko dan Ketahanan UMKM Budidaya Jangkrik dan Usaha Dimsum', *Journal of Community Research & Engagement*, 1(1). Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.60023/qezr3z08>.

Safia, A.R.D. et al. (2025) 'Peran Bimbingan Belajar dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di

Wilayah Pedesaan', *Nusantara Community Empowerment Review*, 3(2), pp. 140–144. Available at:
<https://doi.org/10.55732/a51dfs90>.