

PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT DESA SIDANGBARANG KABUPATEN KUNINGAN MELALUI PEMANFAATAN TIKTOK AFFILIATE

¹Iwan Lesmana, ²Sherly Gina Supratman

¹iwanlesmana@uniku.ac.id, ²sherly.gina.supratman@uniku.ac.id

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha mikro di Desa Sindangbarang dalam memanfaatkan TikTok Affiliate sebagai strategi pemasaran digital. Kurangnya literasi digital dan minimnya pemanfaatan teknologi menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha lokal. Kegiatan ini diawali dengan analisis situasi dan identifikasi permasalahan melalui survei serta wawancara dengan pelaku usaha. Metode yang digunakan mencakup pelatihan interaktif, pendampingan teknis, serta praktik langsung dalam pembuatan dan optimasi konten pemasaran di TikTok. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap pemasaran digital serta kemampuan mereka dalam mengelola dan mempromosikan produk secara efektif melalui platform TikTok Affiliate. Evaluasi dilakukan melalui observasi dan kuesioner, yang menunjukkan bahwa mayoritas peserta mulai aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan ekonomi digital yang berkelanjutan bagi masyarakat desa dengan dukungan dari berbagai pihak.

Kata kunci: Pengabdian masyarakat, pemasaran digital, TikTok Affiliate, UMKM, pemberdayaan ekonomi

Abstract

This community service program aims to enhance the understanding and skills of micro-business entrepreneurs in Sindangbarang Village in utilizing TikTok Affiliate as a digital marketing strategy. The lack of digital literacy and minimal use of technology are major obstacles in the development of local businesses. The activity began with a situational analysis and problem identification through surveys and interviews with business owners. The methods used included interactive training, technical assistance, and hands-on practice in creating and optimizing marketing content on TikTok. The results showed a significant improvement in participants' understanding of digital marketing and their ability to effectively manage and promote products through the TikTok Affiliate platform. Evaluation was conducted through observations and questionnaires, revealing that most participants have started actively using social media as a marketing tool. This program is expected to serve as a sustainable digital economic empowerment model for rural communities with support from various stakeholders.

Keywords: Community service, digital marketing, TikTok Affiliate, MSMEs, economic empowerment

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Teknologi Komunikasi Informasi (TIK) yang berkelanjutan telah menciptakan peluang baru untuk pemberdayaan ekonomi. Mereka membuka cara baru bagi penggunanya untuk berpartisipasi dalam pasar elektronik dalam konteks pekerjaan, pembelian online, penjualan online, perdagangan, dan periklanan. Internet memungkinkan individu untuk terlibat dalam bentuk bisnis baru, memungkinkan mereka memiliki peran ekonomi yang lebih besar baik di rumah maupun di tempat kerja melalui kontrol atas keputusan mengenai pembelian, penjualan, tabungan, dan investasi (Golzard, 2020). Tujuan pemberdayaan ekonomi adalah untuk meningkatkan kualitas hidup seseorang, tingkat kemandirian, dan kesejahteraan secara keseluruhan dengan mengatasi berbagai masalah yang muncul dalam proses mencoba membawa perubahan di tingkat individu dan masyarakat (Kawira, Mukulu, & Odhiambo, 2019).

Pemberdayaan ekonomi merupakan proses yang salah satu keberhasilannya dilihat dari kondisi dan hasil akhir yang ingin dicapai dari perubahan sosial; masyarakat yang berdaya atas pendapatannya, mempunyai kemampuan dan pengetahuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik secara ekonomi, sosial, dan fisik. Selain itu, juga memiliki pekerjaan yang memberikan pendapatan, mampu mandiri dalam melaksanakan tugas, serta percaya diri dalam menyampaikan aspirasi (Widyakto, Suryawardana, & Susanto, 2021). Mengacu pada tujuan tersebut, penelitian ini akan mencoba menganalisis pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui praktik *affiliate marketing* dalam meningkatkan pendapatan afiliasi sehingga dapat meningkatkan pemberdayaan ekonomi.

Affiliate marketing adalah bentuk pemasaran yang relatif baru yang semakin populer di industri *e-commerce*. Bentuk pemasaran ini tampaknya menawarkan potensi yang lebih besar untuk kesuksesan jangka panjang dibandingkan bentuk pemasaran internet lainnya. Ini adalah semacam pasar terbuka di mana pemasar internet yang berpikiran maju dapat menghasilkan uang dengan bertindak sebagai agen penjualan bebas untuk ribuan merek online yang berbeda. Pengiklan mendapatkan keuntungan dari biaya pemasaran yang dapat diprediksi sebagai persentase penjualan (Dwivedi, Rana, & Alryalat, 2017). Selain itu, pemasaran afiliasi menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi organisasi bisnis dan membantu menjangkau sejumlah besar pelanggan, menjadikannya lebih mungkin bagi UKM untuk berorientasi pada pemasaran elektronik (Patrick & Hee, 2021). Afiliasi menerima komisi tergantung pada tindakan konsumen yang telah ditentukan oleh pedagang (Olbrich, Schultz, & Bormann, 2019). Pedagang dapat membayar afiliasi mereka untuk pengalihan sederhana dari konsumen, seperti klik-out ke toko online mereka (Cho, Lee, & Tharp, 2001).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, baik di negara berkembang maupun maju. Di Indonesia, UMKM menjadi salah satu sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022; Badan Pusat Statistik, 2023). Namun, dalam menghadapi era digital, banyak pelaku UMKM mengalami kendala dalam mengadopsi strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk *affiliate marketing* sebagai salah satu metode pemasaran berbasis internet.

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan berbagai platform daring guna meningkatkan daya saing mereka (Kawira, Mukulu, & Odhiambo, 2019). Salah satu strategi pemasaran digital yang semakin populer adalah pemasaran afiliasi (*affiliate marketing*), yang memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode pemasaran konvensional (Patrick & Hee, 2021). Dengan memanfaatkan media sosial dan platform pemasaran digital, UMKM dapat meningkatkan visibilitas produk serta menjangkau konsumen potensial yang lebih luas (Olbrich, Schultz, & Bormann, 2019).

Namun, keterbatasan literasi digital dan kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran berbasis internet masih menjadi hambatan utama dalam pemanfaatan pemasaran digital bagi UMKM (Golzard, 2020). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa intervensi dalam bentuk pelatihan dan pendampingan dapat meningkatkan pemahaman serta keterampilan pelaku usaha dalam menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif (Widyakto, Suryawardana, & Susanto, 2021). Oleh karena itu, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan edukasi dan pendampingan bagi UMKM dalam memanfaatkan TikTok Affiliate sebagai salah satu strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

Kuningan merupakan salah satu kabupaten yang terletak di ujung timur wilayah Provinsi Jawa Barat dan berbatasan langsung dengan Provinsi Jawa Tengah. Secara astronomi, Kabupaten Kuningan terletak antara 108° 23' - 108° 47' Bujur Timur dan 6° 47' - 7° 12' Lintang Selatan. Sedangkan ibu kotanya terletak pada titik koordinat 6° 45' - 7° 50' Lintang Selatan dan 105° 20' - 108° 40' Bujur Timur. Secara administrasi, wilayah Kabupaten Kuningan berbatasan langsung dengan beberapa kabupaten tetangga, yaitu: sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Majalengka, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Brebes, sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Cirebon, dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Ciamis. Luas wilayah Kabupaten Kuningan adalah 1.195,71 km² atau sekitar 2,52% dari luas wilayah Provinsi Jawa Barat (\pm 44.357,00 km²). Kabupaten Kuningan terdiri atas 32 kecamatan, 15 kelurahan, dan 361 desa. Salah satu desa yang ada di Kabupaten Kuningan adalah Desa Sindangbarang.

Desa Sindangbarang merupakan salah satu desa di Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, dengan jumlah penduduk sebanyak 3.205 orang. Desa Sindangbarang terletak di sebelah utara Kabupaten Kuningan, berjarak sekitar 14 km dari pusat Kabupaten Kuningan. Kondisi masyarakat desa Sindangbarang pada umumnya memiliki mata pencaharian sebagai petani, buruh, dan pedagang. Meskipun merupakan desa yang relatif terpencil, Desa Sindangbarang memiliki infrastruktur dasar seperti jalan-jalan utama yang terhubung dengan desa-desa tetangga, fasilitas kesehatan seperti puskesmas, sekolah dasar dan menengah, serta sarana ibadah seperti masjid dan gereja. Desa Sindangbarang memiliki kehidupan budaya dan tradisi yang kuat. Masyarakatnya masih menjaga adat dan tradisi Sunda dalam berbagai kegiatan seperti upacara adat, kesenian tradisional, dan kegiatan keagamaan.

Desa Sindangbarang merupakan salah satu contoh daerah pedesaan di Indonesia yang mulai mengalami transformasi digital. Seiring dengan perkembangan zaman, Desa Sindangbarang juga mulai mengembangkan teknologi dan pendidikan. Terdapat upaya untuk meningkatkan literasi digital dan akses pendidikan bagi generasi muda desa ini. Dengan potensi yang dimiliki, Desa Sindangbarang memiliki kesempatan untuk meningkatkan kualitas hidup dan memperkuat konektivitas dengan dunia luar melalui pemanfaatan teknologi informasi.

METODE

Dalam pelaksanaan program "Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Sindang Barnag Melalui Pemanfaatan TikTok Affiliate", kami berfokus pada pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa. Metode pelaksanaan terdiri dari beberapa tahapan atau langkah yang melibatkan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta keberlanjutan program. Berikut adalah uraian tahapan pelaksanaan secara rinci:

1. Sosialisasi

Sosialisasi adalah tahap awal dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra. Dalam tahap ini, kami akan melakukan langkah-langkah berikut:

- **Penjajakan dan Pengamatan:** Tim pengabdian akan melakukan penjajakan dengan mitra masyarakat desa untuk memahami kebutuhan dan kondisi mereka. Ini mencakup pengamatan langsung dan diskusi dengan tokoh masyarakat.
- **Presentasi Program:** Tim akan mengadakan pertemuan dengan masyarakat desa untuk memperkenalkan program "Peningkatan Pendapatan Masyarakat Desa Melalui Pemanfaatan TikTok Affiliate". Tujuan dan manfaat program akan dijelaskan secara rinci.
- **Menyampaikan Jadwal dan Rencana Kegiatan:** Tim akan mengkomunikasikan jadwal dan rencana pelaksanaan program secara jelas kepada masyarakat desa.
- **Mendapatkan Persetujuan dan Komitmen Mitra:** Masyarakat desa akan diberikan kesempatan untuk memberikan masukan dan pertanyaan terkait program. Persetujuan dan komitmen mereka terhadap program ini sangat penting untuk keberhasilan pelaksanaannya.

2. Pelatihan

Pelatihan adalah langkah penting dalam memberdayakan masyarakat desa untuk memanfaatkan TikTok Affiliate. Tahap ini mencakup:

- **Pengenalan TikTok Affiliate:** Pelatihan dimulai dengan pengenalan dasar mengenai TikTok Affiliate, cara kerjanya, dan manfaatnya untuk pemasaran produk.
- **Pelatihan Konten Video:** Masyarakat desa akan dilatih dalam pembuatan konten video yang menarik dan relevan untuk mempromosikan produk mereka di TikTok..
- **Pelatihan Strategi Pemasaran Digital:** Tim akan memberikan pelatihan tentang strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan tagar, waktu posting, dan analisis performa konten.

3. Penerapan Teknologi

Setelah pelatihan, masyarakat desa akan diarahkan untuk mulai menerapkan teknologi digital dan TikTok Affiliate dalam peningkatan pendapatan mereka. Tahap penerapan teknologi mencakup:

- **Penggunaan TikTok Affiliate:** Masyarakat desa akan memulai penggunaan TikTok Affiliate untuk peningkatan pendapatan.
- **Bantuan Teknis:** Tim akan menyediakan bantuan teknis saat masyarakat desa memulai penggunaan TikTok Affiliate, termasuk pemecahan masalah teknis.
- **Evaluasi Konten dan Strategi:** Tim akan membantu masyarakat desa dalam mengevaluasi konten yang mereka buat dan strategi yang mereka terapkan.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dan evaluasi adalah tahapan penting untuk memastikan keberhasilan program dan memberikan bimbingan berkelanjutan kepada masyarakat desa. Tahap ini mencakup:

- **Pendampingan Jangka Panjang:** Tim akan memberikan pendampingan kepada masyarakat desa dalam jangka panjang, termasuk dukungan teknis dan saran strategis.
- **Evaluasi Berkala:** Tim akan melakukan evaluasi berkala terhadap hasil pelatihan dan penerapan TikTok Affiliate oleh masyarakat desa.
- **Feedback dan Penyesuaian:** Masyarakat desa akan diberikan kesempatan untuk memberikan umpan balik tentang program. Tim akan menggunakan umpan balik ini untuk menyesuaikan program sesuai kebutuhan mitra.

5. Keberlanjutan Program

Keberlanjutan program adalah tujuan akhir dari pelaksanaan program ini. Untuk memastikan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan, langkah-langkah berikut akan diambil:

- **Pembentukan Jaringan Komunitas:** Tim akan membantu masyarakat desa membentuk jaringan komunitas yang mendukung satu sama lain dalam memanfaatkan TikTok Affiliate.
- **Transfer Pengetahuan:** Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh masyarakat desa selama pelatihan akan didokumentasikan dan didistribusikan kepada anggota masyarakat lainnya yang belum berpartisipasi.
- **Monitoring Berkala:** Tim akan terus memantau perkembangan masyarakat desa dalam penggunaan TikTok Affiliate dan pemasaran digital. Ini akan membantu memastikan bahwa masyarakat tetap berada di jalur yang benar.
- **Pendukung Keuangan dan Sumber Daya:** Tim akan bekerja sama dengan pihak-pihak terkait untuk mencari dukungan keuangan dan sumber daya lain yang dapat membantu keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan pendapatan masyarakat desa melalui pemanfaatan TikTok Affiliate sebagai strategi pemasaran digital. Program ini melibatkan beberapa tahap, mulai dari analisis situasi, pelatihan, hingga evaluasi hasil implementasi.

1. **Kondisi Sebelum Kegiatan** Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar masyarakat desa masih mengandalkan pemasaran konvensional dan belum memahami potensi penghasilan dari platform digital seperti TikTok Affiliate. Minimnya pemanfaatan teknologi menyebabkan keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, masyarakat belum memiliki keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik dan memahami mekanisme kerja dari program afiliasi di TikTok.
2. **Implementasi Kegiatan** Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:
 - **Pelatihan Pemasaran Digital melalui TikTok Affiliate:** Peserta diberikan materi mengenai konsep dasar afiliasi, cara mendaftar program TikTok Affiliate, serta strategi untuk meningkatkan konversi penjualan. Materi ini disampaikan oleh praktisi yang telah sukses dalam pemasaran digital.
 - **Workshop Pembuatan Konten:** Peserta diajak untuk mempraktikkan langsung pembuatan konten video promosi yang menarik dan sesuai dengan algoritma TikTok. Mereka juga diberikan tips dalam menggunakan fitur TikTok untuk meningkatkan engagement.
 - **Pendampingan Individu:** Tim pengabdian memberikan bimbingan secara personal kepada peserta untuk mengoptimalkan akun TikTok mereka dan menerapkan strategi pemasaran afiliasi yang efektif.
3. **Hasil yang Dicapai** Setelah pelaksanaan kegiatan ini, beberapa hasil yang signifikan telah dicapai oleh peserta:
 - **Peningkatan Pemahaman Digital:** Sebagian besar peserta berhasil memahami mekanisme TikTok Affiliate dan cara mengoptimalkan platform tersebut untuk memperoleh penghasilan.
 - **Pemanfaatan TikTok sebagai Media Pemasaran:** Sebanyak 85% peserta telah mengaktifkan akun TikTok mereka dan mulai memproduksi konten promosi berbasis afiliasi.

- **Peningkatan Pendapatan:** Beberapa peserta melaporkan peningkatan pendapatan mereka dari hasil komisi TikTok Affiliate setelah menerapkan strategi yang diajarkan.
4. **Dokumentasi Kegiatan** Berikut adalah dokumentasi kegiatan sebagai bukti telah terlaksananya pengabdian masyarakat ini:



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan seminar

6. **Kondisi Setelah Kegiatan** Setelah kegiatan ini dilaksanakan, terjadi perubahan yang cukup signifikan di kalangan peserta, di antaranya:
- **Meningkatnya keterampilan dalam pemasaran digital**, terutama dalam pembuatan konten TikTok yang menarik dan efektif untuk afiliasi.
 - **Terjadinya peningkatan transaksi dan penghasilan** dari program TikTok Affiliate. Beberapa peserta mulai mendapatkan komisi secara rutin dari hasil penjualan melalui tautan afiliasi mereka.
 - **Terbentuknya komunitas digital** yang mendukung dan berbagi pengalaman dalam pemasaran berbasis afiliasi.
 - **Akses yang lebih luas terhadap peluang bisnis digital**, memungkinkan masyarakat desa untuk mendapatkan tambahan penghasilan dari internet.

Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan masyarakat desa dapat terus mengembangkan dan mengoptimalkan pemasaran digital mereka melalui TikTok Affiliate untuk meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan. Keberlanjutan program ini juga diupayakan dengan monitoring dan evaluasi secara berkala agar manfaatnya tetap berlanjut dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat desa dalam memanfaatkan TikTok Affiliate sebagai sumber pendapatan tambahan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami potensi pemasaran digital dan afiliasi. Namun, setelah kegiatan berlangsung, mereka mampu mengaktifkan akun, membuat konten promosi yang menarik, serta mulai mendapatkan penghasilan dari afiliasi TikTok.

Dampak nyata dari program ini terlihat dari meningkatnya partisipasi masyarakat dalam pemasaran digital dan terbentuknya komunitas berbagi pengalaman serta strategi pemasaran.

Selain itu, pelaksanaan kegiatan ini juga membuka peluang baru bagi masyarakat desa untuk mengembangkan usaha mereka secara lebih luas melalui platform digital.

Keberlanjutan program ini sangat diharapkan dengan adanya evaluasi berkala dan dukungan lebih lanjut dalam bentuk pendampingan serta pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih inovatif. Dengan demikian, masyarakat desa dapat terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan mengoptimalkan manfaat dari pemasaran digital guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik UMKM Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Cho, C.-H., Lee, J.-G., & Tharp, M. (2001). Different forced-exposure levels to banner advertisements. *Journal of Advertising Research*, 41(4), 45-56.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Alryalat, M. A. A. (2017). Affiliate marketing: An overview and analysis of emerging literature. *The Marketing Review*, 17(1), 33-50.
- Golzard, V. (2020). Economic empowerment of Iranian women through the internet. *Gender in Management: An International Journal*, 35(1), 1-18.
- Kawira, K. D., Mukulu, E., & Odhiambo, R. (2019). Effect of digital marketing on the performance of MSMEs in Kenya. *Journal of Marketing and Communication*, 2(1), 1-23.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). *Laporan perkembangan UMKM di Indonesia 2022*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Olbrich, R., Schultz, C. D., & Bormann, P. M. (2019). The effect of social media and advertising activities on affiliate marketing. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 13(1), 47-72.
- Patrick, Z., & Hee, O. C. (2021). Affiliate marketing in SMEs: The moderating effect of developmental culture. *Pertanika Journal of Social Sciences & Humanities*, 29(2).
- Widyakto, A., Suryawardana, E., & Susanto, S. (2021). Assistance of MSMEs of Gendongan Village, Tingkir Subdistrict, Salatiga City, through digital marketing. *Indonesian Journal of Devotion and Empowerment*, 3(2), 5-9.