

## OPTIMALISASI POTENSI MASYARAKAT DESA MRICAN, PONOROGO MELALUI KEGIATAN PELATIHAN AFFILIATE MARKETING

Wilis Werdiningsih, Irma An-Nisa' Mahirohqudsi, Chintia Nora Sabela, Maya Nur  
Ainy, Muhammad Rafi Hilmi Aziz

Universitas Kiai Ageng Muhammad Besari

E-mail: werdiningsih@iainponorogo.ac.id, irmaannisa252@gmail.com,  
chintianora04@gmail.com, mayanurainy@gmail.com, vitorafi123@gmail.com

Received: August 3, 2025

Revised: Sept 30, 2025

Approved: Oct 25, 2025

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital membuka peluang baru di bidang pemasaran, termasuk melalui affiliate marketing yang kini populer di platform seperti TikTok. Namun, rendahnya literasi digital masyarakat pedesaan menjadi kendala dalam memanfaatkan peluang tersebut. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Mrican, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo, untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan ibu rumah tangga dalam mengelola waktu luang secara produktif melalui pelatihan affiliate marketing. Metode yang digunakan adalah Asset-Based Community Development (ABCD) dengan tahapan discovery, dream, design, dan destiny. Pelatihan mencakup penyampaian materi, praktik pembuatan akun afiliasi, serta simulasi konten promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dan peningkatan literasi digital peserta yang berdampak pada peluang peningkatan pendapatan keluarga. Program ini menjadi langkah awal menuju kemandirian ekonomi berbasis teknologi di masyarakat desa.

**Kata kunci:** Affiliate Marketing, Pemberdayaan Masyarakat, Literasi Digital, Ibu Rumah Tangga

### Abstract

The development of digital technology has created new marketing opportunities, including the growing use of affiliate marketing on platforms such as TikTok. However, low digital literacy among rural communities often limits their participation. This community service program, conducted in Mrican Village, Jenangan Sub-district, Ponorogo, aimed to enhance the understanding and skills of housewives in productively managing their free time through affiliate marketing training. Using the Asset-Based Community Development (ABCD) method, the program included stages of discovery, dream, design, and destiny. Activities covered theoretical sessions, account setup, and digital content creation practice. The results showed high enthusiasm and improved digital literacy, opening opportunities for additional family income and promoting technology-based economic independence in rural areas.

**Keywords:** Affiliate Marketing, Community Empowerment, Digital Literacy, Housewives



Copyright: © 2024 by author (s). This work is licensed under a  
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali dalam wajah perekonomian, termasuk pola pemasaran produk oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi memberi kesempatan bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar secara lebih cepat, efisien, dan tanpa memerlukan biaya besar sebagaimana metode konvensional (Diana Novita et al. 2025). Salah satu tren yang sedang berkembang pesat adalah pemanfaatan platform *TikTok* sebagai sarana promosi. Dengan algoritma unik, *TikTok* memungkinkan sebuah konten menjadi viral meskipun berasal dari akun dengan pengikut terbatas. Fenomena ini membuka ruang baru bagi pelaku usaha untuk memperkenalkan produk mereka secara kreatif, termasuk melalui fitur *TikTok Shop*, *TikTok Ads*, dan *TikTok Affiliate*.

*TikTok Affiliate* merupakan skema pemasaran berbasis komisi, di mana pengguna mempromosikan produk melalui tautan afiliasi dalam konten video. Setiap penjualan yang terjadi menghasilkan keuntungan bagi pembuat konten sekaligus pemilik produk. Model ini relatif lebih rendah risiko dibandingkan usaha konvensional karena tidak menuntut penyediaan stok barang maupun biaya awal yang besar (Adi Kusuma et al. 2025; Hamzah, Mulyana, and Faisal 2023). Namun, di tingkat lokal, banyak UMKM dan masyarakat pedesaan masih mengalami keterbatasan dalam memahami cara kerja pemasaran digital. Hambatan yang muncul antara lain keterbatasan literasi digital, minimnya perangkat, serta kurangnya keterampilan dalam membuat konten promosi yang menarik (Muzakar Isa et al. 2024; Sultan Syah, Afiful Asrofi, and Ade Rizaldi Hidayatullah 2025).

Kajian dan praktik pengabdian terdahulu memperlihatkan bahwa pelatihan *affiliate marketing* mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam beradaptasi dengan ekonomi berbasis teknologi. Dalam studi Ramdani menunjukkan bahwa program afiliasi *Shopee* memberikan peluang bagi ibu rumah tangga untuk memperoleh penghasilan tambahan secara fleksibel, sekaligus menyeimbangkan peran domestik mereka (Ramdani et al. 2025). Bahkan, pelatihan serupa yang diberikan kepada pensiunan Unisba menunjukkan hasil positif, di mana 70 persen peserta berhasil mendapatkan komisi setelah mengikuti program (Fitriah et al. 2025). Hasil positif juga ditunjukkan pada kegiatan pelatihan *Shopee Affiliate* untuk kelompok PKK. Melalui program tersebut, para ibu memperoleh pengetahuan baru mengenai strategi pemasaran digital sekaligus meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan platform *e-commerce*. Sebanyak 84,2% peserta menyatakan minat untuk terus melanjutkan program setelah pelatihan, yang menunjukkan adanya dampak positif baik dari sisi ekonomi keluarga maupun pemberdayaan sosial komunitas (Melia Putri et al. 2024).

Studi lain oleh Anna Valensia mengungkapkan bahwa pemuda AMGPM Ranting XIV memanfaatkan program pelatihan *TikTok Affiliate* untuk menciptakan peluang usaha baru. Hasil diskusi interaktif memperlihatkan bahwa peserta tidak hanya memahami fungsi fitur afiliasi, tetapi juga termotivasi untuk mengembangkan usaha yang sudah ada maupun

merintis usaha baru berbasis digital (Anna Valensia Christianty de Fretes et al. 2023). Di kalangan generasi muda, pemanfaatan *affiliate marketing* juga terbukti efektif. Mariza menunjukkan bahwa pelatihan di tingkat SMA mampu mengalihkan penggunaan gawai dari aktivitas pasif menjadi kegiatan produktif. Pengetahuan siswa meningkat dari 11,56% menjadi 91,92% setelah program, dan presentasi hasil menunjukkan lonjakan pemahaman hingga 80,36%. Hal ini membuktikan bahwa generasi muda memiliki potensi besar untuk diarahkan pada pemanfaatan teknologi digital secara lebih bijak (Mariza Devega, Yuhelmi, and Rebecca La Volla Nyoto 2024). Berbagai hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan *affiliate marketing* tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat di berbagai kelompok usia, mulai dari ibu rumah tangga, pemuda, siswa SMA, hingga pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital yang terus bergerak cepat.

Di Desa Mrican, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo, merupakan wilayah agraris dengan mayoritas penduduk berprofesi sebagai petani. Meskipun demikian, masyarakat setempat sudah akrab dengan teknologi digital. Hampir seluruh warga memiliki *smartphone*, aktif menggunakan media sosial, dan didukung akses jaringan internet yang memadai. Kondisi ini membuka peluang pengembangan ekonomi non-pertanian berbasis teknologi. Media sosial yang selama ini dimanfaatkan untuk komunikasi dan hiburan dapat dialihkan fungsinya menjadi sarana pemasaran digital. Bagi ibu rumah tangga yang memiliki waktu luang, peluang digital seperti *affiliate marketing* dapat menjadi solusi produktif untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Hal ini sejalan dengan temuan Vinasevaya & Puspitawat yang menegaskan bahwa pemanfaatan waktu luang dapat memberikan kepuasan personal sekaligus peluang ekonomi (Vinasevaya and Puspitawati 2022). Program pelatihan *affiliate marketing* dengan basis *TikTok* diharapkan mampu memanfaatkan kondisi tersebut, mengingat mayoritas masyarakat sudah familiar dengan penggunaan ponsel pintar dalam kehidupan sehari-hari (Ramdani et al. 2025).

Kegiatan pelatihan sekaligus pemberdayaan masyarakat melalui sistem *affiliate marketing* merupakan wujud nyata penerapan Tridarma Perguruan Tinggi dalam bidang pengabdian kepada masyarakat berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas masyarakat, khususnya ibu rumah tangga di Desa Mrican, Kecamatan Jenangan, agar mampu memanfaatkan waktu luang secara lebih produktif. Sasaran utama kegiatan ini adalah memperkaya pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memahami konsep serta praktik *affiliate marketing*, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai strategi untuk menambah penghasilan keluarga. Dengan demikian, program ini tidak hanya berfokus pada proses alih pengetahuan, tetapi juga menjadi langkah strategis dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital.

## METODE

### 1. Model Pendekatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah metode ABCD (*Aset Based Community Development*). Metode ABCD ini diperkenalkan oleh tokoh bernama John McKnight dan Jody Kretzmann di ABCD Institut di Evanston, Illinois yaitu mitra utama *Coady International Institute*. Metode ABCD ini bukanlah metode yang baru dan sudah lama dikembangkan, namun berbeda dengan pendekatan berbasis kebutuhan dan masalah. ABCD ini adalah metode yang digunakan dalam pemberdayaan masyarakat. *Coady International Intitute* menyatakan bahwa ABCD ini merupakan sebuah pendekatan yang mengakui bakat, keahlian, sumber daya individu maupun kelompok dalam melakukan kegiatan sebagai penggerak dan pengembang aset yang ada dalam sebuah masyarakat (Keumala Dewi et al. 2020:6)

Pendekatan ABCD mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi yang dimiliki oleh masyarakat. ABCD ini merupakan sebuah alternatif dalam memberdayakan masyarakat melalui aset dan potensi tersebut. Jadi potensi atau kekayaan yang dimiliki oleh masyarakat dapat digunakan sebagai alat untuk melakukan program pemberdayaan atau pengembangan. Potensi atau aset yang dimaksud disini adalah berupa potensi diri atau individu seperti kecerdasan, kemampuan melakukan atau membuat sesuatu, aset asosiasi seperti kelompok kecil dengan minat yang sama, aset institusi yaitu kelompok orang yang digaji dan profesional seperti lembaga pendidikan, aset fisik seperti tanah, bangunan, atau aset lain yang dapat dimanfaatkan, serta koneksi. Dengan pendekatan ABCD ini, secara berkelanjutan dapat meningkatkan pendapatan sehingga juga bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya (Ahmad Sidik et al. 2023)

### 2. Analisis Kebutuhan Program

Pada awal kegiatan, dilakukan observasi dan wawancara dengan kepala desa, perangkat desa, tokoh-tokoh masyarakat serta warga masyarakat yang ada di Desa Mrican. Dari observasi serta wawancara yang dilakukan memperoleh hasil bahan sebagian besar masyarakat sudah mengetahui apa itu media sosial. Banyak yang sudah menggunakan aplikasi media sosial seperti *Tiktok*, *Facebook*, *Instagram* dan lain sebagainya. Selain itu, terdapat waktu luang yang biasanya digunakan oleh masyarakat desa ini untuk bermedia sosial. Waktu luang ini dapat menjadi peluang yang bisa menghasilkan jika digunakan untuk program *affiliate marketing*. Maka rencana dari kegiatan pengabdian masyarakat ini akan melaksanakan pelatihan *affiliate* dengan peserta ibu rumah tangga, Ibu-ibu PKK, serta perwakilan dari pemuda desa.

### 3. Program Inti Kegiatan

Program inti dari pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan *affiliate marketing* yang dirancang untuk membekali masyarakat Desa Mrican, Kecamatan Jenangan dengan keterampilan praktis dalam memanfaatkan media sosial secara produktif. Bentuk kegiatan meliputi:

- a. Pengenalan konsep *affiliate marketing* yang meliputi pemahaman dasar sistem kerja, peluang ekonomi digital, dan etika promosi di media sosial.
- b. Pembuatan akun *affiliate* pada *platform TikTok*, yang dilaksanakan secara praktik langsung dengan arahan pemateri dan pendampingan mahasiswa KPM.
- c. Praktik strategi promosi digital, seperti bagaimana cara menarik audiens, memahami algoritma, serta menerapkan teknik sederhana untuk meningkatkan jangkauan konten.
- d. Simulasi pembuatan konten promosi, di mana peserta berlatih membuat video promosi produk yang sesuai dengan aturan dan karakteristik *platform*.
- e. Pendampingan lanjutan, berupa bimbingan teknis, diskusi, serta monitoring perkembangan akun *affiliate* peserta untuk memastikan keterampilan dapat diaplikasikan secara mandiri.

Kegiatan pelatihan *affiliate marketing* diikuti oleh 28 peserta dari masyarakat Desa Mrican, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo. Peserta terdiri dari ibu rumah tangga, yang memiliki waktu luang dan berpotensi memanfaatkan media sosial untuk kegiatan produktif; anggota PKK, sebagai kelompok perempuan yang aktif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat desa; dan perwakilan pemuda desa, yang memiliki akses luas terhadap media digital dan dapat menjadi penggerak literasi digital di lingkungannya.

#### 4. Tahapan Pelaksanaan (ABCD)

Terdapat beberapa tahapan dan alat dalam menemukan dan memobilisasi aset pada metode ABCD, antara lain: (Wawan Herry Setyawan et al. 2022:103)

- a. Pendekatan Apresiatif (*Appreciative Inquiry*)

Pendekatan apresiatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memperoleh hal-hal terbaik dalam diri manusia, organisasi, maupun lingkungan sekitar. Dalam pendekatan apresiatif terdapat beberapa proses yang disebut 4-D yaitu *discovery*, *dream*, *design*, dan *destiny* (Wawan Herry Setyawan et al. 2022:106–8).

##### 1) *Discovery*

Dalam *discovery* masyarakat diajak untuk menemukan potensi positif, hal-hal terbaik yang pernah dicapai, maupun keberhasilan-keberhasilan di masa lalu. Tahap ini dilakukan dengan wawancara langsung ke masyarakat. Mulai dari kepala desa, perangkat desa, maupun wawancara dengan warga sekitar mengenai potensi atau hal-hal positif yang ada di desa. Desa Mrican ini sebagian besar warganya berprofesi sebagai petani atau pekebun. Selain itu ibu-ibu di desa ini banyak yang menggunakan media sosial dalam kesehariannya. Terutama bagi ibu rumah tangga, banyak yang menggunakan aplikasi seperti *Tiktok*, *Instagram*, maupun *Facebook* untuk mengisi waktu luang disamping mengerjakan pekerjaan yang ada di rumah. Tidak hanya ibu rumah

tangga, ibu-ibu yang bekerja sebagai pegawai, guru, berdagang, petani, dan lain-lain juga banyak yang mengisi waktu luang dengan media sosial.

2) *Dream*

Setelah mengetahui hal-hal positif dan keberhasilan yang pernah dicapai, kemudian pada tahap ini mulai membayangkan bagaimana masa depan yang diharapkan. Harapan pada tahap ini haruslah jelas harapan untuk diri sendiri maupun masyarakat. Dalam tahap ini dapat dituliskan misalnya mimpi dari masyarakat Desa Mrican adalah memberdayakan ibu-ibu supaya dapat memperoleh penghasilan tanpa harus keluar rumah.

3) *Design*

Pada tahap *design* mulai merumuskan strategi yang akan dilakukan supaya dapat mencapai mimpi yang diharapkan. Dalam tahap ini semua hal positif di masa lalu dirubah menjadi kekuatan untuk mewujudkan perubahan. Dari mimpi yang diharapkan maka dilaksanakan pelatihan affiliate untuk memberdayakan ibu-ibu di Desa Mrican supaya dapat memperoleh penghasilan tanpa harus keluar rumah. Pelatihan ini dimulai dengan pembuatan akun, strategi promosi, hingga cara untuk mendapat komisi.

4) *Destiny*

Tahap *destiny* adalah tahap dilakukannya semua hal yang sudah dirumuskan dalam tahap *design*. Tahap ini berlangsung ketika menjalankan sebuah program sesuai dengan design untuk mencapai mimpi yang diharapkan dan memantau perkembangan serta mengontrol pencapaian dari program yang dijalankan. Dalam hal ini yaitu dilaksanakannya pelatihan affiliate, mendampingi secara langsung dalam proses pelatihan, serta evaluasi perkembangan akun affiliate.

b. Pemetaan Aset Komunitas (*Community Mapping*)

Pemetaan aset komunitas merupakan cara untuk memperluas akses supaya dapat mengetahui lebih dalam mengenai aset daerah/wilayah. Dalam proses pemetaan ini melibatkan beberapa pihak antara lain tokoh masyarakat, asosiasi warga, organisasi, institusi maupun kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat. Aset yang akan dipetakan yaitu aset personal, asosiasi atau aset sosial, intitusi, aset alam, aset fisik, aset keuangan, serta aset spiritual dan kultural (Wawan Herry Setyawan et al. 2022:120–24).

c. Penelusuran Wilayah (*Transect*)

*Transect* merupakan garis imajiner sepanjang area tertentu yang digunakan untuk menangkap keragaman sebanyak mungkin. Dengan berjalan di sepanjang garis tersebut didokumentasikan hasil pengamatan serta penilaian terhadap aset dan peluang. Misalnya berjalan di dataran tinggi ada perkebunan maka akan melihat berbagai macam tanaman di kebun. Selain itu dalam penelusuran wilayah juga memetakan potensi lokal yang dapat dipasarkan secara digital. Penelusuran



wilayah ini dilakukan bebarengan dengan pemetaan komunitas (Wawan Herry Setyawan et al. 2022:111–13).

d. Pemetaan Asosiasi dan Institusi (*Mapping of Associations and Institutions*)

Dalam pemetaan asosiasi dan institusi ini dituliskan asosiasi atau perkumpulan serta institusi apa saja yang ada di desa Mrican. Asosiasi ini contohnya asosiasi guru, asosiasi dokter dan PKK dan lain sebagainya. Sedangkan institusi bisa berupa institusi formal dan non formal. Institusi formal bisa berupa institusi pemerintahan, lembaga pendidikan dan lain-lain. Sedangkan institusi non formal seperti jamaah pengajian dan kelompok lainnya. Pemetaan asosiasi ini digunakan untuk mengetahui kelompok-kelompok dan lembaga misalnya kelompok UMKM agar dapat mendukung keberadaannya (Wawan Herry Setyawan et al. 2022:125–27).

e. Pemetaan Aset Individu (*Individual Inventory Skill*)

Pemetaan aset individu merupakan kegiatan menginventarisasi pengetahuan, kecerdasan, serta keterampilan yang dimiliki individu dalam suatu komunitas. Misalnya di Desa Mrican terdapat pembuat tas anyam, kripik tempe, dan sebagainya. Pengelompokan aset individu dapat dilihat dari segi skill yang berhubungan dengan kemasyarakatan, kewirausahaan, maupun skill yang berhubungan dengan seni dan budaya (Wawan Herry Setyawan et al. 2022:127).

f. Skala Prioritas

Setelah mengetahui semua aset atau potensi di Desa Mrican maka dapat ditentukan dari beberapa potensi yang ada manakah yang akan dijadikan sebagai prioritas dan akan dikembangkan. Dalam menentukan skala prioritas dapat menggunakan *flow chart* atau diagram alir. Dari beberapa potensi di Desa Mrican maka difokuskan pada pemanfaatan media sosial untuk mengembangkan ekonomi atau menambah penghasilan melalui program affiliate marketing. Dimana akan dilakukan pelatihan affiliate untuk masyarakat khususnya ibu-ibu (Wawan Herry Setyawan et al. 2022:94).

**5. Penyelesaian Masalah**

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan *affiliate* ini, terdapat tantangan yang harus dihadapi. Tantangan tersebut antara lain masih minimnya pengetahuan akan *affiliate* dan keterbatasan pemanfaatan media sosial. Sehingga untuk mengatasinya, kami Mahasiswa KPM mendampingi dalam setiap tahap saat pelatihan agar peserta dapat memahami dengan baik dan melakukan praktek secara langsung.

**6. Hasil yang Diharapkan**

Dari kegiatan pelatihan *affiliate* ini, diharapkan peserta dapat mengetahui secara mendalam tentang *affiliate*, memiliki akun *affiliate* yang aktif, memahami strategi promosi digital, dan akhirnya bisa memperoleh penghasilan tambahan. Kemudian kegiatan ini juga diharapkan dapat membangun ekonomi masyarakat berbasis teknologi.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 1. Potensi Masyarakat Desa Mrican

Desa Mrican merupakan salah satu desa di Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo. Desa Mrican terbagi menjadi 4 Dukuh, yakni Dukuh Krajan, Dukuh Pondok, Dukuh Klego, Dan Dukuh Trenceng. Dari 4 dukuh tersebut terbagi menjadi 27 RT dan 9 RW. Desa Mrican termasuk daerah agraris, dengan mayoritas penduduk di Desa Mrican bermata pencaharian sebagai petani. Hal tersebut menunjukkan bahwa potensi utama Desa Mrican berada pada sektor pertanian. Meskipun begitu, masyarakat di Desa Mrican sudah beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Hampir seluruh masyarakat Desa Mrican telah menggunakan *smartphone*, memanfaatkan media sosial, dan memiliki akses jaringan internet yang memadai (Bapak Adi Purnomo Sidik, Kepala Desa Mrican 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, peluang untuk meningkatkan nilai ekonomi dari sektor non-pertanian dapat terbuka. Masyarakat telah memiliki pondasi dasar dan sumber daya yang diperlukan untuk memulai bisnis di sektor digital. Teknologi khususnya *smartphone* dan media sosial yang awalnya hanya terbatas pada media komunikasi dan hiburan, kini dapat di manfaatkan menjadi media pemasaran dan promosi. Konsep tersebut selaras dengan pemasaran afiliasi atau *affiliate marketing*, yang mana *affiliate marketing* adalah strategi pemasaran berupa promosi melalui jaringan *online* seperti media sosial atau *e-commerce* tertentu yang berbasis kemitraan di mana seseorang berkolaborasi dengan suatu perusahaan yang kemudian seseorang tersebut akan mendapatkan komisi apabila berhasil merekomendasikan barang/jasa dari suatu perusahaan tersebut (Lestari, Sari, and Kurniaty 2024)

Potensi ini dapat terlihat jelas pada kelompok masyarakat tertentu, khususnya ibu-ibu PKK dan remaja putri di Desa Mrican. Program *affiliate* ini relevan dengan Ibu-ibu yang kesehariannya disibukkan dengan pekerjaan rumah tangga namun cakap dalam bersosial media. Dengan demikian, mereka dapat menambah penghasilan secara digital tanpa harus meninggalkan tanggung jawab dan pekerjaan di rumah mereka. Oleh karena itu, implementasi program pelatihan *affiliate* di Desa Mrican tidak hanya meningkatkan keterampilan digital, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui sumber daya digital yang dapat di akses dengan mudah.

### 2. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Affiliate Marketing

#### a. Kegiatan Pelatihan Affiliate Marketing

Kegiatan pelatihan Affiliate dilaksanakan pada hari Rabu, 23 Juli 2025 pukul 08.00 WIB dan bertempat di kediaman Bapak Kepala Desa Mrican, Bapak Adi Purnomo Sidik. Pelatihan *Affiliate* kali ini diikuti oleh 28 peserta, yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga serta beberapa mahasiswa. Kegiatan pelatihan *Affiliate* dimulai dengan sesi pembukaan oleh pembawa acara, pembacaan ayat suci al-qur'an, dan sambutan-sambutan. Sambutan yang pertama disampaikan oleh ketua kelompok 19 KPM UIN Ponorogo, saudara Muhammad Rafi Hilmi Aziz.



Sambutan yang kedua disampaikan oleh dosen pembimbing lapangan kelompok 19 KPM UIN Ponorogo, Ibu Wilis Werdiningsih, M.Pd.I. dan sambutan yang terakhir disampaikan oleh Kepala Desa Mrican, Bapak Adi Purnomo Sidik sekaligus membuka secara resmi kegiatan pelatihan Affiliate di Desa Mrican.



**Gambar I. Peserta Pelatihan Affiliate**

Setelah sesi pembukaan selesai, acara memasuki kegiatan inti pelatihan *affiliate* yang dipandu oleh moderator. Sesi dimulai dengan pembacaan CV pemateri kepada peserta program pelatihan *affiliate*. Sesi berikutnya adalah sesi pematerian dan pelatihan afiliasi. pada sesi ini, pemateri menjelaskan mengenai konsep dasar *affiliate marketing*, keuntungan saat mengikuti program afiliasi, cara kerja *affiliate marketing* dan *platform* apa saja yang populer digunakan dalam program *affiliate*, yakni *Shopee* dan *Tiktok Shop*.

Namun, pada pelatihan *affiliate* ini lebih difokuskan pada *platform Tiktok Shop*. Selain itu, peserta dibekali 5 materi afiliasi, diantaranya:

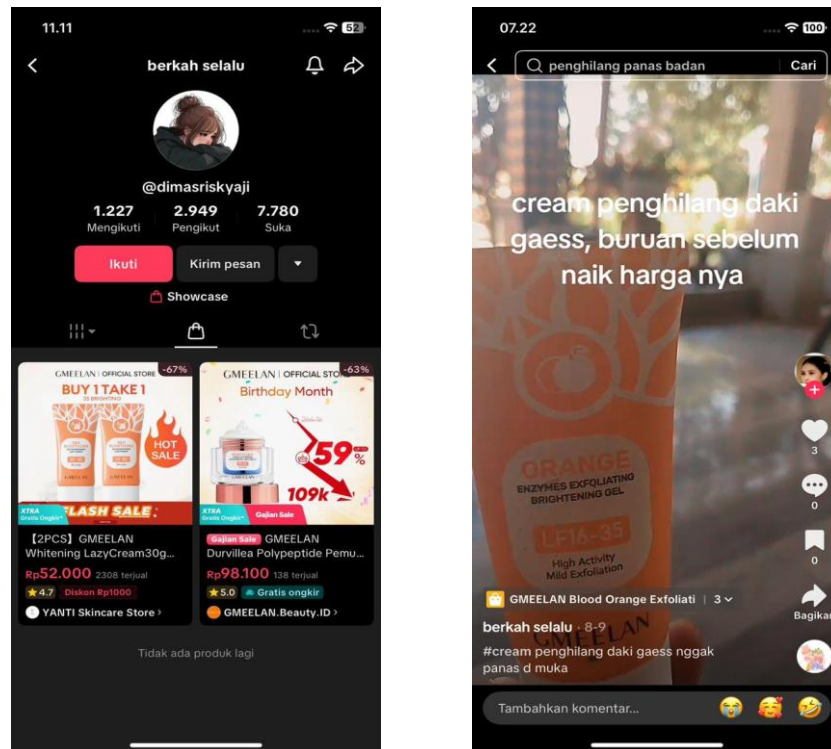
- a. Menentukan *Niche Audience*, peserta pelatihan dibekali cara untuk menentukan produk, mengetahui target market dan kompetitor.
- b. Membuat video yang menjual, peserta pelatihan diberi arahan dalam membuat video haruslah memiliki "*hook*" atau sesuatu yang dapat memancing calon pembeli, menjelaskan keunggulan produk, dan *call to action* atau ajakan untuk membeli produk.
- c. Memaksimalkan SEO, peserta pelatihan juga diberi arahan untuk lebih bijak dan maksimal dalam menuliskan *caption* dan *hashtag*.
- d. Membuat trafik algoritma *Tiktok*, seperti interaksi *like*, komen, favorit, dan bagikan yang ditujukan untuk memancing penonton lain untuk berinteraksi juga.
- e. *Personal branding*, pemateri sangat menekankan pembentukan personal branding sebagai salah satu poin terpenting sebagai seorang afiliasi, dimana seorang afiliasi harus bisa menonjolkan citra diri, kepribadian, keahlian, dan nilai-nilai unik yang positif, sehingga dapat dikenal dan diingat orang lain.

Setelah penyampaian materi berakhir, kegiatan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab antara pemateri dan peserta. Tahap berikutnya adalah proses pendaftaran akun afiliasi pada platform *TikTok*, yang dipandu secara langsung oleh pemateri dengan pendampingan panitia dari kelompok 19 KPM UIN Ponorogo. Selanjutnya, peserta diarahkan untuk mempraktikkan pembuatan konten video promosi di bawah bimbingan pemateri. Pada tahap penutup, setiap peserta diminta untuk mengunggah video promosi yang telah dibuat ke akun *TikTok* masing-masing.



**Gambar II. Pemaparan Materi Pelatihan Affiliate**

Sebagai hasil nyata dari kegiatan pelatihan ini, tercatat bahwa sebagian besar peserta mampu mengikuti tahapan pelatihan dengan baik dan menghasilkan capaian yang konkret. Dari total 28 peserta, sebanyak 24 orang (85,7%) berhasil mendaftarkan akun *TikTok Affiliate*, sehingga dapat mulai memanfaatkan platform tersebut sebagai sarana berjualan. Sementara itu, 6 peserta (21,4%) telah memenuhi syarat minimal 600 pengikut sehingga langsung dapat mengaktifkan fitur afiliasi yaitu tautan keranjang kuning dan berkesempatan memperoleh komisi dari produk yang mereka promosikan. Selain itu, 10 peserta (35,71%) berhasil membuat sekaligus mengunggah konten promosi pertama mereka ke akun masing-masing, yang menandakan bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan teori, tetapi juga langsung melatih keterampilan praktis peserta. Antusiasme peserta pelatihan terlihat jelas sepanjang kegiatan. Mereka aktif berdiskusi, mengajukan pertanyaan, dan mengikuti arahan pemateri maupun panitia dengan penuh semangat. Respon peserta pada akhir kegiatan menunjukkan rasa senang dan puas, karena mereka merasa memperoleh keterampilan baru yang relevan dengan perkembangan era digital, serta dapat langsung dipraktikkan untuk menambah peluang penghasilan. Pelatihan ini bukan hanya memberikan transfer pengetahuan melainkan keterampilan nyata, serta membuka jalan bagi masyarakat Desa Mrican untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari peningkatan ekonomi keluarga.



**Gambar III. Contoh Akun Peserta yang Berhasil Upload Video Konten**

**b. Profil Pemateri Program Pelatihan *Affiliate Marketing***

Pemateri dalam kegiatan ini adalah saudara Mufti Aula Sulthoni, seorang affiliator yang berpengalaman. Beliau lahir di Wonogiri pada tanggal 30 Januari 2001 dan saat ini berdomisili di Perumahan Kertosari Estate. Mufti Aula Sulthoni merupakan *owner* dari Bilic Media yakni usaha media *live streaming shopping*, affiliator, dan konten creator. Beliau juga merupakan *owner* dari Bilbasmalah Acrylic yakni usaha akrilik, ukir akrilik, *neon flex*, souvenir akrilik, *neon box*, dan reklame.

Dalam pelatihan ini, materi disampaikan melalui presentasi menggunakan media *PowerPoint*, serta melalui cerita dan praktik langsung, terutama terkait dengan pembuatan konten video promosi. Peserta akan mempelajari perjalanan pemateri melalui pengalaman pribadi dalam menjalankan dan merintis usaha, lika-liku dalam usaha *affiliate marketing*, pengenalan dasar-dasar *affiliate marketing*, hal-hal penting yang dibutuhkan seorang affiliator, langkah-langkah memproduksi konten video pemasaran, dan tips bermanfaat untuk membantu peserta pelatihan dalam perjalanan usaha *affiliate marketing* mereka.

**c. Faktor Pendukung dan Penghambat Program Pelatihan *Affiliate Marketing***

Faktor pendukung program pelatihan *Affiliate Marketing* diantaranya adalah adanya dukungan penuh baik dari masyarakat Desa Mrican, pemerintah Desa Mrican, khususnya Bapak Kepala Desa Mrican. Bapak Kepala Desa Mrican, Bapak Adi Purnomo Sidik menekankan bahwa program ini sangat potensial karena dapat dilaksanakan hanya dengan menggunakan *smartphone* dan jaringan internet yang mana hampir seluruh warga desa mrican memiliki *smartphone* dan jaringan internet

sudah masuk merata di Desa Mrican, selain itu dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, sehingga sangat berpotensi dalam meningkatkan perekonomian lokal. Antusiasme peserta cukup terlihat dengan jumlah total 28 peserta yang terdiri dari ibu-ibu PKK yang menjadi audien utama serta beberapa remaja perempuan yang tertarik dan mengikuti program pelatihan ini. Keterlibatan aktif peserta terlihat dari jumlah pertanyaan yang diajukan terbilang cukup banyak selama sesi diskusi dalam pelatihan berlangsung.

Selain faktor pendukung diatas, terdapat beberapa faktor penghambat dalam program pelatihan *Affiliate Marketing*, diantaranya adalah pemindahan lokasi pelatihan yang seharusnya berada di Balai Desa Mrican, namun harus dipindahkan ke kediaman bapak kepala desa mrican dikarenakan pada hari yang sama terdapat kegiatan desa yang dilaksanakan di balai desa, akan tetapi pelaksanaan tetap berjalan lancar. Dikarenakan pemindahan lokasi pelatihan, terdapat sedikit kendala terkait jaringan internet, namun panitia penyelenggara menyediakan koneksi internet cadangan bagi peserta yang terkendala koneksi internet yang lambat.

Selain itu, kendala lain dalam kegiatan ini adalah persyaratan untuk mendaftar ke akun *affiliate* di platform *Tiktok* memerlukan minimal 600 pengikut. Meskipun begitu, sebagian peserta memiliki akun yang telah memenuhi syarat tersebut, sehingga dapat langsung didaftarkan menjadi akun *affiliate*. Bagi peserta yang belum memenuhi persyaratan, panitia penyelenggara menyediakan beberapa *smartphone* yang telah tertaut dengan akun tiktok dengan jumlah pengikut lebih dari 600 untuk pendaftaran *affiliate*. Hal tersebut diperlukan untuk melaksanakan sesi praktik pendaftaran akun dan pembuatan konten video promosi.

Meskipun terdapat beberapa masalah atau hambatan selama pelatihan, perbedaan tingkat keterampilan teknologi peserta tidak terlalu signifikan karena dasar pemahaman tentang aplikasi tiktok sudah ada. Kebutuhan akan upaya konsistensi dalam jangka waktu tertentu juga menjadi hambatan, karena perkembangan akun memerlukan proses dan waktu yang tidak sedikit. Untuk mengatasi hal ini, panitia penyelenggara melaksanakan Rencana Tindak Lanjut (RTL) dengan melakukan kunjungan ke beberapa rumah peserta terpilih untuk meninjau perkembangan akunnya. Selain itu, dari pemateri sendiri telah menyiapkan grup *Whatsapp* untuk saling berbagi pengalaman dan informasi di antara peserta.

### **3. Strategi Keberlanjutan dan Pengembangan Kegiatan Pelatihan Affiliate Marketing**

Setelah kegiatan pelatihan *affiliate marketing* terlaksana dengan baik, maka langkah selanjutnya yang tidak kalah penting adalah merumuskan strategi keberlanjutan dan pengembangan program yang sudah dijalankan tersebut. Hal ini sangat perlu dilakukan agar manfaat pelatihan yang sudah diikuti oleh masyarakat Desa Mrican tidak hanya dirasakan sesaat, akan tetapi dapat menjadi bekal jangka panjang dan dapat mendukung peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Mrican. Menurut



Rahmatika yang dikutip oleh Risma Muhamad Ramdani, partisipasi masyarakat dalam program *affiliate* tidak hanya memberikan keuntungan finansial saja, akan tetapi juga membangun ikatan komunitas di antara peserta pelatihan (Ramdani et al. 2025).

Strategi keberlanjutan dan pengembangan kegiatan pelatihan *affiliate marketing* dilakukan dengan dua strategi, yaitu pembuatan *grup Whatsapp* dan pendampingan secara individu. *Grup Whatsapp* yang telah dibuat beranggotakan pemateri, seluruh panitia, dan seluruh peserta yang telah mengikuti kegiatan pelatihan. *Grup Whatsapp* tersebut dibuat agar memudahkan pemateri dalam melakukan pendampingan. Selain itu, juga ketika program Kuliah Pengabdian Masyarakat berakhir, apabila para peserta mengalami kesulitan atau terdapat kendala maka dapat ditanyakan dan disharingkan di *grup Whatsapp* tersebut. Sehingga diharapkan dengan adanya *grup Whatsapp* ini dapat menciptakan kesempatan bagi peserta untuk membangun jaringan sosial yang saling mendukung yang dapat meningkatkan motivasi dan keberhasilan dalam menjalankan program *affiliate*.



**Gambar IV. Tindak Lanjut berupa Grup WhatsApp**

Tindak lanjut yang kedua dilakukan dengan melakukan pendampingan secara individu kepada ibu-ibu yang memiliki antusiasme yang tinggi pada saat kegiatan pelatihan berlangsung. Terdapat empat peserta yang antusias dan memiliki rasa ingin bisa pada saat kegiatan pelatihan. Kemudian empat peserta tersebut didampingi secara individu yang dilakukan dengan mengunjungi ke rumah peserta terpilih untuk memantau sejauh mana perkembangan akun yang sudah dimiliki. Pada saat melakukan kunjungan ke rumah, peserta ditanya bagaimana progres yang sudah dilakukan dan apakah ada kesulitan atau kendala selama ini. Di sana juga berbagi pengalaman dan belajar dari satu sama lain, sehingga peserta dapat memperoleh wawasan tambahan dan dukungan

yang diperlukan untuk memaksimalkan potensi penghasilan mereka dan mencapai tujuan yang diinginkan.



**Gambar V. Pendampingan secara Individu**

Implikasi dari program kegiatan pelatihan *affiliate* ini adalah keterampilan yang telah diperoleh dapat membuka kesempatan mendapatkan penghasilan tambahan bagi para ibu-ibu, bahkan berpotensi menjadi sumber penghasilan utama di kemudian hari. Hal ini nantinya akan memberikan berkontribusi terhadap penguatan potensi Desa Mrican, perekonomiannya semakin maju dan memiliki daya saing tinggi. Tidak kalah penting, pengalaman dalam pelatihan ini juga memperluas jaringan sosial yang bermanfaat untuk mengembangkan keterampilan yang telah dimiliki. Sehingga kemampuan yang diperoleh pada saat kegiatan pelatihan tidak hanya berhenti pada teori, tetapi juga dikembangkan melalui praktik nyata.

## KESIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan *affiliate marketing* berbasis pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) di Desa Mrican telah memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan literasi digital serta keterampilan pemasaran masyarakat, khususnya ibu rumah tangga. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama proses pelatihan, baik dalam sesi diskusi maupun praktik langsung pembuatan akun afiliasi dan konten promosi digital. Hasil kegiatan ini memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap strategi pemasaran daring serta potensi pengembangan usaha berbasis teknologi yang dapat menunjang perekonomian keluarga. Selain itu, kegiatan ini turut mendorong tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya



memanfaatkan aset dan potensi lokal secara optimal untuk menghadapi tantangan ekonomi digital. Dengan demikian, program pelatihan affiliate marketing terbukti relevan dan efektif sebagai upaya pemberdayaan masyarakat pedesaan menuju kemandirian ekonomi berbasis teknologi.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lingkup kajian dengan melibatkan lebih banyak peserta dari berbagai latar belakang sosial ekonomi agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas pelatihan *affiliate marketing* dalam pemberdayaan masyarakat. Selain itu, penelitian lanjutan perlu mempertimbangkan penggunaan metode evaluasi jangka panjang untuk mengukur keberlanjutan dampak kegiatan terhadap peningkatan pendapatan dan kemandirian ekonomi peserta. Perlu juga dilakukan kajian komparatif dengan program pemberdayaan digital lainnya, sehingga dapat diketahui sejauh mana efektivitas *affiliate marketing* dibandingkan strategi digital *entrepreneurship* lain dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi Kusuma, Yudha, Irna Tri Yuniahastuti, Tita Talitha, and Rahayu Putri Lestari. 2025. "Peningkatan Pendapatan Tambahan Anggota PKK Melalui Affiliate Marketing." *Jurnal Pengabdian Multidisiplin Dan Pemberdayaan Masyarakat* 2(1):24–31. doi:10.59485/abdikestrada.v2i1.113.
- Ahmad Sidik, Ummi Nur Lathifah, Lukman Dwi Nur Agi Romadon, Mildan Vicky Ramadhan, Surya Wijaya Adi Sulistio, Martina Darmawati Putri, and Ummi Nur Lathifah. 2023. "Pendampingan Dan Sosialisasi Kepada UMKM Dengan Metode ABCD Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat." *Prosiding Kampelmas (Kampus Peduli Masyarakat* 2(1):129–39.
- Anna Valensia Christianty de Fretes, Feky Reken, Siska Jeanete Saununu, Nurul Maghfirah, and Felix Chandra. 2023. "Pelatihan Pemanfaatan Affiliate Marketing Sebagai Peluang Bisnis Bagi Pemuda AMGPM Ranting XIV Cabang Bethel Di Kota Ambon." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4(3):2207–13.
- Bapak Adi Purnomo Sidik, Kepala Desa Mrican. 2025. "Potensi Masyarakat Desa Mrican."
- Diana Novita, Novawiguna Kemalasari, Ahmad Badawi Saluy, Herly Nurrahmi, Jeni Andriani, Hanifah Hanifah, and Susanto Susanto. 2025. "Pemberdayaan UMKM Melalui Penerapan Strategi Marketing Affiliate Di Tiktok." *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5(1):41–46. doi:10.53625/jabdi.v5i1.10297.
- Fitriah, Epi, Diamonalisa Sofianty, Affandi Iss, Kania Nurcholisah, and Sri Fadilah. 2025. "Pelatihan Shopee Affiliate Dan Perolehan Komisi Sebagai Keuntungan Bagi Pensiunan Unisba." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka* 3(4):590–96. doi:10.58266/jpmb.v3i4.221.

- Hamzah, Muchammad Wilianto, Asep Mulyana, and Yudi Ahmad Faisal. 2023. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Affiliate Marketing Dan Peningkatan Pendapatan Afiliator." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan* 17(5):3241. doi:10.35931/aq.v17i5.2635.
- Keumala Dewi, Rosmalinda, Sony Sucihati, and Muhammad Baghdad. 2020. *Modul Pelatihan Asset Based Community Driven (ABCD)*. Medan: Pusat Kajian dan Perlindungan Anak (PKPA).
- Lestari, Dhea Afia, Hikma Sari, and Dewi Kurniaty. 2024. "Dampak Program Affiliate Marketing Di Tiktok Terhadap Perceived Value." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 8(3):3159–80. doi:10.31955/mea.v8i3.4857.
- Mariza Devega, Yuhelmi, and Rebecca La Volla Nyoto. 2024. "Optimalisasi Affiliate Marketing Sebagai Peluang Bisnis Bagi Generasi Milenial." *J-COSCIS: Journal of Computer Science Community Service* 4(2):175–85.
- Melia Putri, Nabila Suci Fitria, Hesti Dyah Puspitasari, and Trian Gigih Kuncoro. 2024. "Merangkul Peluang Bisnis: Pelatihan Shopee Affiliate Untuk Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Abdi Psikonomi* 5(2):87–96.
- Muzakar Isa, Afrit Nuryulia Praswati, Muhammad Randhy Kurniawan, and Ahmada Auliya Rahman. 2024. "Pemanfaatan Teknologi Digital Dan Inovasi Manajemen Untuk UMKM Berdaya Saing." *Jurnal Abdi Psikonomi* 5(3):184–94.
- Ramdani, Risma Muhamad, Annisa Rizki Kahirani, Akmala Hadita, Rizaldy Prabowo, and Intan Shamitha Aulia. 2025. "Peluang Bisnis Melalui Affiliate Marketing: Mengoptimalkan Waktu Luang Ibu Rumah Tangga Di Desa Margamulya." *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6(1):109–18. doi:10.46576/rjpkkm.v6i1.4969.
- Sultan Syah, Afiful Asrofi, and Ade Rizaldi Hidayatullah. 2025. "MSME Training in Facing Marketing Challenges in the Digital Era: Case Study of MSMEs in Sepulu Village, Sepulu District, Bangkalan Regency." *Indonesia Bergerak: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat* 3(1):56–64.
- Vinasevaya, Shafaa, and Herien Puspitawati. 2022. "Pengaruh Alokasi Waktu Ibu Dan Nilai Ekonomi Aktivitas Ibu Rumah Tangga Terhadap Kebahagiaan Ibu." *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen* 15(3):231–42. doi:10.24156/jikk.2022.15.3.231.
- Wawan Herry Setyawan, Mansur, Betty Rahayu, and Siti Maryam. 2022. *Asset Based Community Development (ABCD)*. Samarinda: PT. Gaptrek Media Pustaka.