



PELATIHAN PEMASARAN ONLINE MELALUI PROGRAM AFFILIASI TIKTOK

Juwairiah^{1*}, Nurianti Sitorus², Sofi Andriyanti³, Raju Gobal⁴, Lisna Erliantika Lubis⁵

^{1,2,3,4,5}Prodi Teknik Grafika, Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan

juwairiah@polimedia.ac.id, nurianti_torus@polimedia.ac.id, sofiandriyanti@polimedia.ac.id, gobalrazu@gmail.com,
erliantika7523@gmail.com.

ABSTRAK

Abstrak: Maraknya pemasaran online ini memunculkan program afiliasi dimana program ini memberikan tambahan pendapatan untuk *content creators* atau penjual yang mempromosikan barang. Bergabungnya menjadi bagian dari program afiliasi, penjual menerima banyak keuntungan dari segi pendapatan. Hasil survey kami di BKPRMI Kota Medan bahwa UMKM yang dijalani masih bersifat tradisional dimana mereka masih menjajaki dagangannya secara langsung. Melihat hal tersebut kami tim pengabdian merencanakan kegiatan berupa pelatihan pemasaran online melalui program afiliasi tiktok. Metode dalam pelatihan ini adalah metode ceramah, demonstrasi dan penugasan mandiri. Khalayak sasaran adalah UMKM di BKPRMI Kota Medan sebanyak 20 orang akan dilatih dan didampingi dalam pembuatan program afiliasi tiktok serta cara pemasarannya. Kegiatan ini dilaksanakan 3 kali pertemuan. Hasil yang telah dicapai yaitu mitra mampu membuat akun afiliasi di tiktok lalu memasarkan UMKM secara online. Hal ini dapat dilihat dengan pembuatan konten berkualitas atau sekadar postingan sederhana melalui tiktok melalui program afiliasi.

Kata Kunci : *pelatihan; pemasaran; online; afiliasi; tiktok.*

Abstract: *The rise of online marketing has led to an affiliate program where this program provides additional income for content creators or sellers who promote goods. By joining as part of an affiliate program, sellers receive many benefits in terms of income. The results of our survey at the Medan City BKPRMI show that the SMEs that are being undertaken are still traditional in nature where they are still exploring their trade directly. Seeing this, our service team plans activities in the form of online marketing training through the tiktok affiliate program. The methods in this training are lecture methods, demonstrations and independent assignments. The target audience is 20 MSMEs at BKPRMI Medan City who will be trained and assisted in making the Tiktok affiliate program and how to market it. This activity was held 3 times. The results that have been achieved are that partners are able to create affiliate accounts on TikTok and then market MSMEs online. This can be seen by creating quality content or simply posting on TikTok through the affiliate program.*

Keywords: *training; marketing; on line; affiliate; tiktok*

A. LATAR BELAKANG

Kecanggihan internet berampak dan memberikan pengaruh pada aspek kehidupan, yaitu pada usaha termasuk kegiatan branding dan pemasaran online (Taufiq Rizaldi, 2018). Sehingga penjualan tradisional berdampak tidak diminati berakibat perdagangan saat ini dominan kearah digital, salah satunya melalui pemasaran online (Shilfiyo & Rummyeni, 2022). Konsumen akan meninggalkan pengecer yang gagal beradaptasi dengan perubahan, karena perilaku keinginan konsumen pun serta turut berubah. Hampir segala usaha berpaling dari konvensional ke online/digital (Hanun et

al., 2021). Kemunculan akses digital ini yang pengaksesannya kapan saja mudah lebih diminati (Oktariyanda et al., 2021)

Salah satu teknologi canggih tersebut adalah penggunaan internet, digunakan untuk memperoleh pengetahuan dan informasi, Penjual memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi dan memfasilitasi perdagangan untuk memasarkan produk atau layanan dan berinteraksi dengan pelanggan. Salah satunya adalah menggunakan TikTok (Nurazizah et al., 2022). Usaha demikian dipekenankan dengan adanya program afiliasi. Fitur afiliasi bisa dimanfaatkan penjual untuk menjual berbagai produk lewat video konten (Khansa & Putri, 2022).

Termasuk pemasaran digital adalah adanya program Afiliasi TikTok. Afiliasi merupakan program yang menyuguhkan pendapatan tambahan bagi penjual yang mau menjual produk di media sosial, Penjual bebas untuk membuat konten selama produk tersebut mencapai syarat dan ketentuan. Mengikuti anggota dari Program Afiliasi, penjual dapat memperoleh hasil berupa keuntungan. (Shilfiyo & Rummyeni, 2022).

TikTok juga memberikan fitur tambahan untuk menghasilkan uang dengan cara melakukan live streaming dimana para pengguna. TikTok seller juga memberikan fitur pengiriman gratis (gratis ongkir) dimana pembeli bisa leluasa berbelanja dan saat pengiriman akan mendapatkan gratis ongkir. Dengan adanya live streaming, pembeli dapat secara langsung berinteraksi dan melihat barang yang dijualbelikan oleh pedagang sehingga pembeli tidak merasa adanya perbedaan antara gambar tampilan dengan barang aslinya (Sutopo & Muslikhun, 2022).

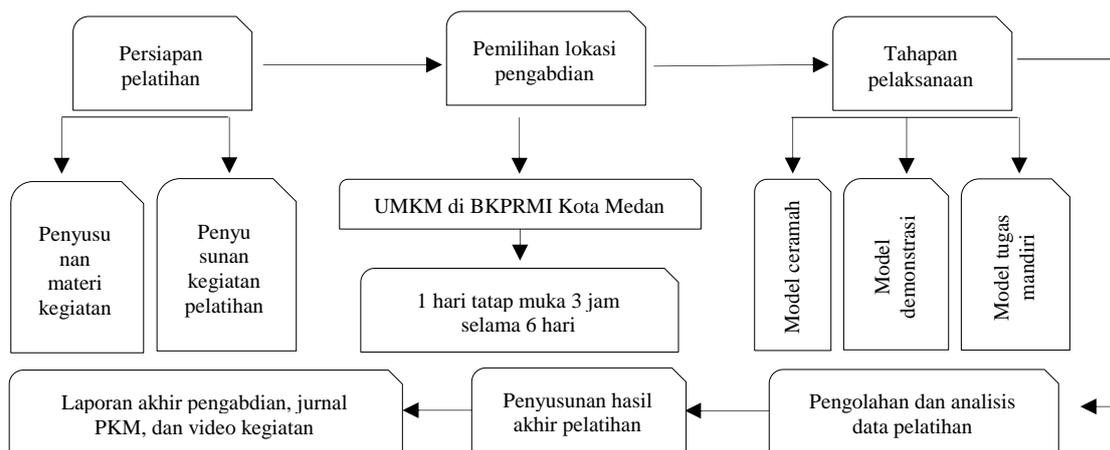
Gumilang, (2019), Hendrawan, (2019), Artha (2020), Wahyu Ana (2021), dan Bubun (2022) juga melakukan penelitian dimana peran dari pemasaran digital melalui E-Commerce mempunyai peran besar dalam peningkatan penjualan. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, dapat dikatakan bahwa era perdagangan sekarang adalah era perdagangan digital dimana penjual berdagang melalui platform E-Commerce, contohnya adalah tiktok. Aplikasi TikTok dan beberapa tahun ini semakin digandrungi ditambah dengan munculnya fitur jual beli secara online.

Permasalahannya adalah sebagian UMKM belum memahami bagaimana memasarkan produknya secara online. Sehingga maksud dari pengabdian adalah melatih UMKM BKPRMI memasarkan produknya secara online sehingga mendapatkan pemasukan bagi usahanya secara berkesinambungan. karena branding produk bagian penting agar UMKM semakin diminati oleh masyarakat (Rifianita et al., 2022).

Berdasarkan kondisi di atas, Kami tim pengabdian dituntut untuk memberikan solusi dari masalah di atas, dengan memberikan pelatihan dan pendampingan pemasaran online melalui program afiliasi tiktok. Dengan harapan UMKM di BKPRMI Kota Medan mampu beradaptasi terhadap perubahan dan kemajuan teknologi serta membantu UMKM bertahan sekaligus menghasilkan keuntungan. Target kegiatan ini adalah pelaku UMKM di BKPRMI Kota Medan yang membawahi 14 Kecamatan.

B. METODE PELAKSANAAN

Adapun oknum yang terlibat dalam kegiatan tersebut adalah para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terafiliasi dengan Badan Komunikasi Remaja Masjid Indonesia (BKPRMI) Kota Medan. Badan ini bertugas mengawasi 14 kecamatan. Sesi pelatihan dilakukan secara tatap muka di Kantor Pusat BKPRMI yang berlokasi di Aula Kota Medan. Pendekatan instruksional yang digunakan meliputi ceramah, debat, dan pelatihan langsung dalam pemasaran produk, khususnya berfokus pada program afiliasi TikTok untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).



Gambar 1. Diagram Alur Pengabdian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan yang dicapai dalam kegiatan PKM adalah sebagai berikut : pemateri sedang memberikan pemahaman tentang bagaimana cara menggunakan afiliasi tiktok shop yang lagi viral saat ini dalam memasarkan produk. Komunitas menjalani pelatihan yang meliputi proses pembuatan akun toko TikTok dan pendaftaran program afiliasi TikTok. Hal ini memungkinkan individu untuk memasarkan dan menjual produknya melalui toko TikTok, sekaligus memungkinkan masyarakat umum untuk mempromosikan produk toko lainnya melalui program afiliasi TikTok. Komunitas mendapat manfaat dari peningkatan visibilitas dan kesadaran saat menjual produk melalui toko TikTok, sedangkan pemanfaatan program afiliasi TikTok menawarkan keuntungan berupa penerimaan komisi untuk setiap penjualan produk yang difasilitasi melalui program tersebut.

Langkah – langkah :

1. Melatih setiap pemilik usaha untuk membuat content creator yang menarik perhatian konsumen.
2. Menggali apa yang menjadi kebutuhan utama pengusaha yang berkaitan dengan pembuatan konten.
3. Mengembangkan sumber daya yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan spesifik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

4. Bahan pembuatan duplikat konten kreator.
5. Untuk memfasilitasi proses pelatihan, penting untuk membuat pengaturan yang diperlukan untuk menyediakan alat tulis kepada kelompok peserta.
6. Mengembangkan materi pelatihan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
7. Penyelenggaraan pelatihan pembuatan konten bagi mitra usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta pemberian layanan pendampingan.
8. Tujuan dari program pelatihan ini adalah untuk mengembangkan individu yang memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk unggul dalam bidang pembuatan konten.
9. Mengumpulkan dan menganalisis konten yang dihasilkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
10. Tugasnya mencakup mengunggah konten terkait produk yang menyertakan harga produk.
11. Pilih foto produk untuk dimasukkan ke dalam materi konten.
12. Seseorang dapat membuat akun toko TikTok untuk melakukan kegiatan promosi dan memfasilitasi penjualan.

Bentuk keikutsertaan mitra dalam kegiatan PKM (Personal Knowledge Management) ini bermacam-macam, antara lain mitra berinisiatif untuk mengatur tempat atau lokasi yang cocok untuk melaksanakan kegiatan. Selain itu, mitra juga berkontribusi dengan menugaskan banyak anggota yang bertanggung jawab mengelola proses produksi konten di ranah pemasaran online. Selain itu, mitra mempunyai peran dalam penyiapan makanan untuk usaha pendidikan dan pelatihan.

Evaluasi terhadap operasional bisnis mitra dilakukan melalui formulir tertentu:

1. Proses pemantauan berkelanjutan dilakukan setiap minggu melalui grup chat WhatsApp, mengikuti pelatihan pemasaran online yang berfokus pada afiliasi toko TikTok dan strategi menghasilkan penjualan di platform TikTok. Tindakan pemantauan dilaksanakan untuk memastikan transfer yang efektif dan keberlanjutan pengetahuan dan keterampilan dalam domain industri.
2. Analisis pemasaran dilakukan setiap bulan atau setelah penerapan strategi pemasaran internet. Analisis saat ini penting untuk memastikan margin keuntungan yang terkait dengan setiap putaran produksi.
3. Penilaian akhir terhadap program afiliasi toko TikTok dilakukan untuk memastikan keunggulan yang ditawarkan dalam mengatasi tantangan yang dihadapi mitra.

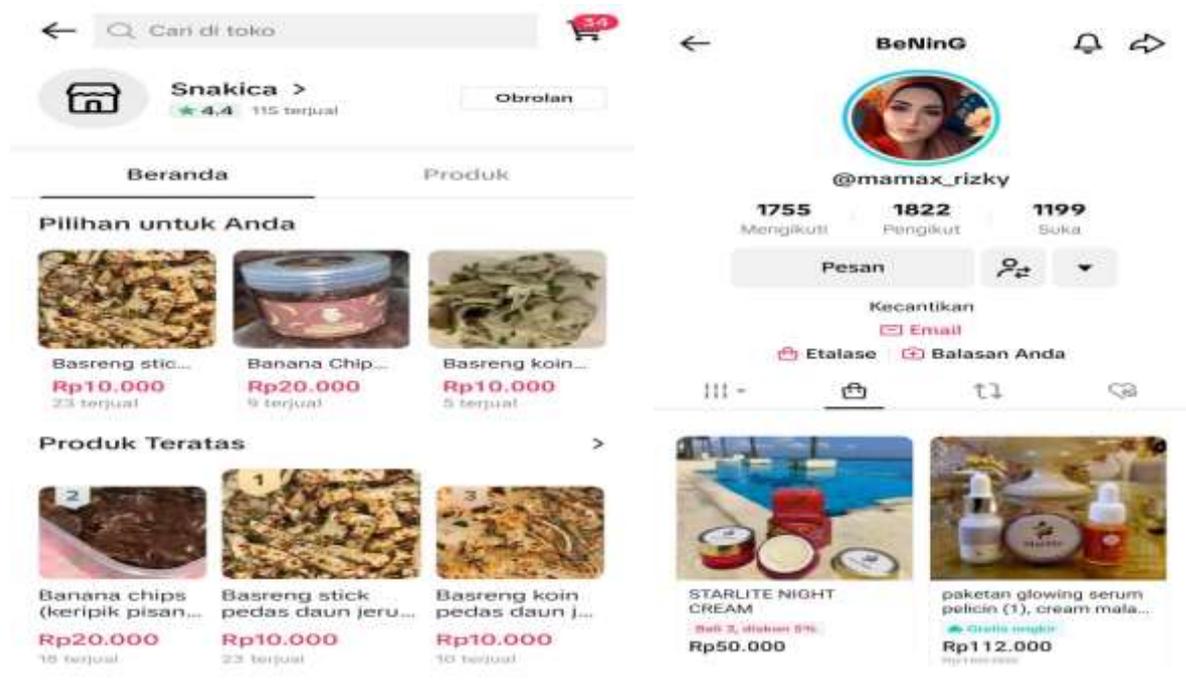
Nara sumber sedang menjelaskan materi tentang target pasar, siapa saja yang akan menjadi sasaran dari produk yang akan dijual oleh para UMKM Gambar 2. Narasumber Menjelaskan Penggunaan aplikasi Tiktok shop.



Gambar 2. Tim Pengabdian Menjelaskan Penggunaan Aplikasi Affiliate Tiktok Shop

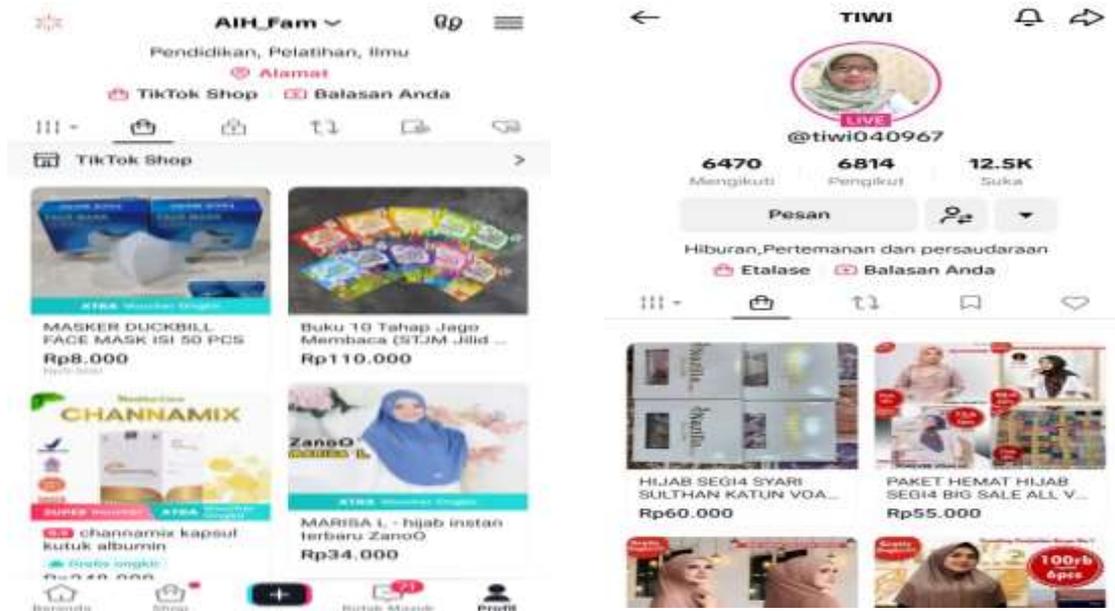
Aspek Pemasaran

Aspek pemasaran mitra dibantu dengan membuat akun affiliate tiktok shop untuk melakukan penjualan. Mulai cara membuat akun, mengupload produk sampai proses pemasaran atau penjualan secara online di tiktok. Contoh beberapa produk yang dijual pada akun tiktok shop seperti snack/ makanan ringan rumahan yang dibuat oleh UMKM atau home industri, dan ada juga yang menjual produk kecantikan.



Gambar 3. Contoh Produk Yang Sudah Berhasil Dijual Di Akun Tiktok Shop Mitra

Selain itu, ada beberapa mitra yang sudah berhasil membuat produk affiliate dari tiktok, dan berhasil dipasarkan secara online di akun tiktok shop mitra. Produk yang dipasarkan berupa produk fashion maupun kecantikan.



Gambar 4. Bentuk Afiliasi Toko Online Di Tiktok Shop

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang bisa ditarik bahwa setiap pemilik usaha untuk membuat pemasaran secara online yang menarik perhatian konsumen, menggali apa yang menjadi kebutuhan utama pengusaha yang berkaitan dengan pembuatan konten, Membuat kompilasi sumber daya yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dan mereplikasi konten untuk individu yang terlibat dalam pembuatan konten. Mempersiapkan ATK untuk kelompok dalam mengikuti pelatihan, mempersiapkan media pelatihan bagi UMKM, Melaksanakan pelatihan pemasaran online kepada mitra UMKM dan pendampingan, melatih cara memasarkan produk secara online, mendokumentasikan content yang di hasilkan oleh para pelaku UMKM, Mengupload content tentang produk sekaligus menyertakan harga produk, Pilihlah foto produk yang akan dimasukkan ke dalam materi konten. Membuat akun tiktok shop untuk melakukan promosi dan penjualan. Melalui Pelatihan memasarkan produk secara online melalui program afiliasi Tiktok, dan melakukan promosi menggunakan tiktok shop dan tiktok affiliate produk yang dijual mitra BKPRMI Kota Medan dapat di kenal banyak orang dan mendapatkan keuntungan dari program afiliasi tiktok tanpa harus membuat produk sendiri. Dalam proses pembuatan content tiktok, dalam pembuatannya tidak terjadi miscommunication atau kesalahan. Dengan hal itu, masyarakat juga menjadi tahu dan paham tentang bagaimana membuat sebuah content yang baik dan benar dalam promosi produk UMKM. Pelatihan mengetahui strategi promosi yang dilakukan oleh mitra yaitu dengan memasarkan produknya melalui tiktok yang difokuskan dengan mengadakan kegiatan promosi. Dengan adanya pelatihan pemasaran online ini mitra BKPRMI Kota Medan mendapatkan pengalaman yang berharga, selain itu juga dari pelatihan ini dapat menarik

beberapa kesimpulan berdasarkan Luaran dari inisiatif pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Akademisi Politeknik Negeri Media Kreatif PSDKU Medan dan BKPRMI Kota Medan. Dengan demikian mitra mendapatkan ilmu, pengalaman, pengetahuan serta wawasan dalam melakukan kegiatan penjualan melalui program afiliasi tiktok shop yang sedang Viral saat ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan dukungan dana terhadap kegiatan pengabdian ini sehingga memudahkan pelaksanaannya.

Tim penulis juga mengucapkan terima kasih kepada BKPRMI Kota Medan atas penyediaan sarana dan prasarana yang sangat membantu kelancaran pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanun, N. R., Fitriyah, H., Fitriani, A. S., Hidayat, A. P., & Handayani, H. (2021). Optimalisasi Branding Produk dan Digital Marketing pada Karang Taruna Desa Keboan Anom. *Community Empowerment*, 6(2), 285–290. <https://doi.org/10.31603/ce.4402>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3939>
- Nurazizah, R., Eka Saputri, M., Rubiyanti, N., Rustandi Kartawinata, B., & Indra Wijaksana, T. (2022). The Effect of TikTok Social Media Marketing on Impulsive Purchases of Fashion Products in the Affiliate Campaign with Hedonic Shopping Motivation as the Intervening Variable. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1324–1335. <https://ijafibs.pelnus.ac.id/index.php/ijafibs/article/view/62>
- Oktariyanda, T. A., Tauran, T., Fanida, E. hany, Niswah, F., Megawati, S., & Eprilianto, D. febriyan. (2021). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Strategi Branding Produk Unggulan Bumdes Karya Sejahtera, Desa Pepelegi, Kecamatan Waru, Kabupaten Sidoarjo. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 870–875. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2640>
- Rifianita, V., Falah, R. M., Pangestu, S., & ... (2022). Pelatihan Branding Produk Umkm Dan Digital Branding Kerupuk Kulit “Rambakku “. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/14480%0Ahttps://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/download/14480/7663>
- Shilfiyo, & Rummyeni. (2022). Pengaruh Content Marketing Afiliasi melalui Media Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 20(02), 37–48. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31258/jab.20.2.37-48>

- Sukmasetya, P., Rochiyanto, A., Hidayat, C. N., Nafiah, A., & Sari, N. I. (2021). Implementasi Digital Branding Sebagai Upaya Mutu Produksi Industri Rumah Tangga. *Community Empowerment*, 6(3), 336–342.
- Sutopo, & Muslikhun, A. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Onlinemelalui Live Streaming Pada Media Sosial Online (Studi Kasus Pada Online Shop di Platform TikTok). *Jurnal Dharma Ekonomi*, 56(xxix), 49–56. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Taufiq Rizaldi, H. A. P. (2018). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Marketing dan Branding pada UMKM. *Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2, 56–59.