

PEMBERDAYAAN EKONOMI DIGITAL: PELATIHAN TIKTOK AFFILIATE UNTUK IBU PKK DESA KUDIKAN LAMONGAN

Fatichatur Rachmaniyah¹⁾, Muhammad Hafidh Nasrullah²⁾, Fita Velina Sari³⁾,
Kis'atin Nuroh⁴⁾, Nurul Fadillah⁵⁾

¹²³⁴⁵ Universitas Islam Darul Ulum Lamongan

¹fatichaturrachmaniyah@unisda.ac.id, ²hafidh@unisda.ac.id, ³fita.2022@mhs.unisda.ac.id

⁴kisatin.2022@mhs.unisda.ac.id, ⁵nurulfadillah.2022@mhs.unisda.ac.id

Abstract

Abstrac: The TikTok Affiliate training program held in Kudikan Village aimed to enhance the digital literacy and skills of PKK housewives in utilizing the platform for marketing and business, thereby creating flexible additional income. Conducted on July 12, 2025, at the village hall by KKN students from Universitas Islam Darul Ulum Lamongan, the training employed a Persuasive-Educative approach in a workshop format, focusing on hands-on practice, discussion, and Q&A. Participants were taught step-by-step methods for creating, managing, and marketing products via TikTok Affiliate. The post-implementation evaluation demonstrated high success: motivation to become an Affiliator reached 100% (17 out of 17 participants), and technical understanding of the business model increased sharply from 29.4% (pre-survey) to 94.1% (post-evaluation). These results confirm that the hands-on and systematic method was highly effective in transferring technical skills and boosting motivation. Identified challenges included account verification, follower growth, and creating consumer-engaging content. Future recommendations include a follow-up mentorship program and advanced training sessions.

Keywords: Empowerment, Economic, Digital, TikTok, Affiliate.

1. PENDAHULUAN

Pemerataan akses dan pemanfaatan teknologi digital telah menjadi pilar utama dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di seluruh dunia. Indonesia, dengan populasi pengguna internet yang masif, berada di tengah gelombang revolusi ekonomi digital, di mana platform digital tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai sumber pendapatan baru. Transformasi ini mengharuskan setiap lapisan masyarakat untuk memiliki literasi digital dan keterampilan yang relevan agar tidak tertinggal dan justru mampu memanfaatkan peluang ekonomi yang tersedia (Sari et al., 2025).

Kabupaten Lamongan, sebagai salah satu daerah dengan potensi UMKM dan semangat wirausaha yang tinggi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memegang peranan krusial

sebagai lokomotif perekonomian di Kabupaten Lamongan. Bukti nyatanya terlihat dari kemampuan sektor ini menjadi stimulus utama pertumbuhan ekonomi daerah, yang berhasil melonjak hingga 3,43% setelah sebelumnya mengalami kontraksi sebesar -2,65% pada masa pandemi (Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur, 2022). Hal ini terus didorong untuk beradaptasi dengan inovasi digital. Namun, adaptasi ini seringkali menghadapi tantangan di tingkat desa, termasuk salah satunya adalah di Desa Kudikan.

Salah satu pilar penting dalam pembangunan masyarakat, khususnya di tingkat komunitas terkecil, adalah Tim Penggerak Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga, yang tidak lain disebut ibu-ibu PKK. Berdasarkan observasi awal, Ibu-ibu PKK Desa Kudikan memiliki potensi besar untuk

mengembangkan ekonomi produktif, namun seringkali terkendala oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital untuk memasarkan produk atau menghasilkan pendapatan secara online.

Secara historis, Ibu-ibu PKK telah berperan aktif dalam mengerakkan program peningkatan kesehatan, pendidikan, dan ekonomi produktif keluarga melalui pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era digital ini, peran PKK semakin strategis sebagai motor

potensi sumber daya manusia yang besar, di mana mayoritas ibu-ibu yang tergabung dalam Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) memiliki semangat tinggi untuk berpartisipasi dalam kegiatan produktif. Sayangnya, kegiatan ekonomi yang mereka jalankan masih bersifat konvensional dan belum terintegrasi dengan ekonomi digital yang lebih luas. Hal ini menyebabkan jangkauan pasar yang terbatas, pendapatan yang kurang optimal, dan kurangnya pemanfaatan waktu luang yang produktif.

Pada konteks ekonomi digital, muncul berbagai model bisnis baru yang sangat mudah diakses oleh ibu rumah tangga, salah satunya adalah program *affiliate marketing*. Platform video pendek seperti TikTok telah bertransformasi menjadi *social commerce* besar (Yuwono et al., 2025), memungkinkan siapa saja untuk menjadi pemasar produk tanpa harus memiliki stok barang sendiri, melalui program TikTok *Affiliate*.

Konsep pemasaran konvensional telah bertransformasi, beralih dari komunikasi satu arah menjadi pendekatan yang lebih horizontal, partisipatif, dan bersifat sosial. Media sosial memainkan peran penting dalam mendorong keberhasilan program *affiliate marketing* (Hashem, 2020).

kelompok rentan, seperti ibu rumah tangga di pedesaan dapat berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi produktif secara fleksibel (Yuwono et al., 2025). Oleh karena itu, upaya pemberdayaan yang berfokus pada peningkatan literasi dan keterampilan digital menjadi sangat krusial. Program pelatihan yang mengajarkan pemanfaatan tools dan model bisnis digital seperti *affiliate marketing* melalui TikTok merupakan langkah nyata dalam memastikan bahwa manfaat dari pertumbuhan ekonomi digital dapat dirasakan

penggerak kemandirian ekonomi keluarga berbasis teknologi, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan rumah tangga. Hal ini sesuai dengan 10 Program Pokok PKK yang menjadi landasan program PKK secara umum mencakup aspek-aspek tersebut, seperti Pangan, Kesehatan, Pendidikan dan Keterampilan, serta Pengembangan Kehidupan Berkoperasi/Ekonomi (Muktiono, 2024).

Desa Kudikan, Lamongan, memiliki

Fenomena di mana saat ini media sosial kini telah menjadi bagian integral dari gaya hidup mayoritas masyarakat Indonesia. Ketidakmampuan dalam memanfaatkan platform media sosial yang sedang tren, seperti TikTok, sebagai alat promosi atau sumber penghasilan. Hal ini menjadi celah yang perlu diatasi. Oleh karena itu, perlunya kegiatan pengabdian ini dilakukan di desa Kudikan.

Model program *affiliate marketing* ini menawarkan potensi pendapatan tambahan yang fleksibel dan ideal untuk ibu-ibu yang memiliki peran ganda dalam mengurus rumah tangga dan mendukung perekonomian keluarga.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi dan keterampilan digital Ibu-ibu PKK dalam memanfaatkan TikTok sebagai *tools* media pemasaran dan bisnis guna meningkatkan sumber pendapatan tambahan. Menciptakan sumber pendapatan tambahan yang fleksibel dan berkelanjutan bagi keluarga di Desa Kudikan, sekaligus menjadikan Ibu-ibu PKK sebagai agen perubahan dalam adaptasi ekonomi digital di tingkat desa.

Transisi menuju ekonomi digital bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang inklusi sosial dan ekonomi, terutama bagi masyarakat di lingkungan pedesaan. Adanya platform digital, hambatan masuk ke dunia usaha menjadi lebih rendah, memungkinkan secara merata, sekaligus memperkuat kemandirian ekonomi keluarga di tingkat desa.

2. KAJIAN LITERATUR

Ekonomi digital didefinisikan sebagai seluruh aktivitas ekonomi yang didasarkan pada teknologi informasi dan komunikasi (TIK), melibatkan pemanfaatan internet, platform digital, serta konektivitas mobile sebagai sarana utama produksi, pertukaran, dan konsumsi barang maupun jasa. Fenomena

ini telah menciptakan disrupti signifikan di berbagai sektor, mengubah model bisnis konvensional, dan menumbuhkan ekosistem baru, mulai dari e-commerce, fintech, hingga economy (Abdillah, 2024). Bagi Indonesia, penetrasi internet dan penggunaan smartphone yang masif telah menjadikan ekonomi digital sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan nasional, membuka peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk melintasi batasan geografis dan mengakses pasar yang lebih luas dan global (Arofah & Murti, 2025).

Digital marketing adalah serangkaian kegiatan pemasaran produk atau jasa yang menggunakan media elektronik atau internet (Chaffey et al., 2019). Dalam konteks UMKM di tingkat desa, digital marketing menyediakan jalan keluar yang efisien dan berbiaya rendah untuk promosi.

Social Commerce merupakan sub-kategori digital marketing yang memanfaatkan jejaring media sosial untuk transaksi (Hashem, 2020). Fitur atau platform yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli tanpa meninggalkan aplikasi media sosial yang sedang mereka gunakan. Keunggulan utama *Social Commerce* adalah kemampuannya untuk memanfaatkan interaksi sosial, rekomendasi komunitas, dan konten visual yang menarik (seperti video pendek) sebagai pendorong utama konversi.

Kehadiran *social commerce* mengubah perilaku konsumen dan menawarkan peluang bisnis baru, terutama bagi individu untuk berinteraksi langsung dengan audiens mereka. Pada konteks pemberdayaan UMKM, platform yang memfasilitasi *Social Commerce* (seperti TikTok Shop dengan fitur Affiliate) menjadi alat yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar, membangun kepercayaan melalui bukti social (Sulam & Fasa, 2025).

Pemasaran afiliasi adalah model bisnis di mana seseorang (affiliate) mendapatkan komisi dengan mempromosikan produk orang atau perusahaan lain. Konsep ini menjadi sangat populer karena bersifat tanpa modal stok (zero inventory) dan fleksibel.

TikTok yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan, telah berkembang menjadi TikTok Shop dan memfasilitasi program afiliasi. Keunikan TikTok terletak pada algoritma distribusi konten video yang cepat

(Fiquddin & Insiyah, 2025), yang memungkinkan kreator kecil (termasuk Ibu-ibu PKK) mendapatkan exposure yang besar dan cepat.

Affiliate Marketing yaitu sebuah sistem pembayaran berbasis komisi yang diberikan oleh pemilik produk yang dipasarkan kepada seseorang yang telah berhasil mempromosikan produk mereka kepada orang lain. Program *Affiliate* TikTok memberikan kesempatan kepada individu untuk mendapatkan pendapatan tambahan melalui penjualan produk-produk di *platform* tersebut. Saat ini, strategi pemasaran dengan afiliasi yang digunakan oleh *platform e-commerce*, dimana pelanggan membeli dan menjual barang, jasa, atau barang melalui perangkat elektronik.

PKK adalah akronim dari Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga. Secara esensial, PKK dimaknai sebagai: Gerakan nasional dalam pembangunan masyarakat yang tumbuh dari, oleh, dan untuk masyarakat, dengan perempuan (ibu rumah tangga) sebagai motor penggerak utamanya, yang bertujuan untuk mewujudkan keluarga sejahtera.

PKK berfungsi sebagai wadah bagi partisipasi perempuan dalam pembangunan dan memiliki dasar hukum serta program yang terstruktur. Gerakan ini berfokus pada sepuluh program pokok (seperti Pendidikan dan Keterampilan, Pangan, Kesehatan, Tata Laksana Rumah Tangga, dsb.) sebagai upaya terpadu untuk memberdayakan keluarga, yang merupakan unit terkecil dalam masyarakat, agar mampu meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraannya secara mandiri (Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2017 Tentang Gerakan Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga, 2020).

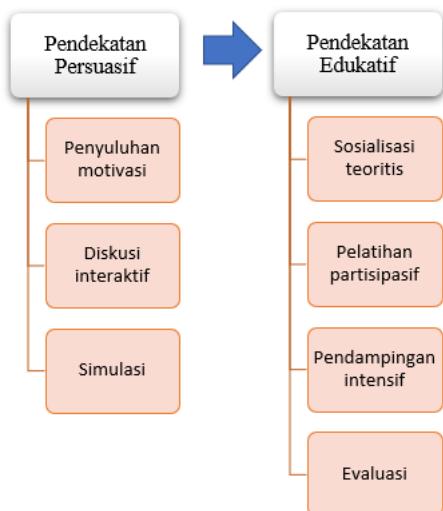
PKK memiliki peran sentral dalam Pemberdayaan Masyarakat sehingga menjadi organisasi yang paling efektif untuk menjangkau unit terkecil masyarakat, yaitu dari keluarga, sampai program pemerintah dapat sampai ke sasaran, (Muktiono, 2024) antara lain: (a) *Manfaat di Bidang Ekonomi*, PKK berfungsi sebagai katalisator untuk kemandirian finansial keluarga, antara lain: Pengembangan Usaha Mikro, Pengelolaan Keuangan Keluarga. (b) *Manfaat di Bidang*

Kesehatan dan Lingkungan. PKK adalah garda terdepan dalam menjaga kesehatan keluarga dan lingkungan di desa, seperti pelaksanaan pada program posyandu. (c) *Manfaat di Bidang Pendidikan dan Sosial* adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia di tingkat keluarga melalui upaya peningkatan literasi, pemahaman pola asuh anak, dan penguatan norma sosial serta etika dalam masyarakat desa.

3. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini adalah Persuasif Edukatif. Pendekatan ini dinilai efektif karena menggabungkan dua fungsi krusial yakni fungsi edukatif untuk memperkaya pengetahuan peserta, dan fungsi persuasif untuk menumbuhkan motivasi dan mendorong adopsi teknologi digital (Lee & Kotler, 2019) Sinergi kedua fungsi ini menjadi kunci utama dalam mendukung keberhasilan program pelatihan TikTok Affiliate.

Target sasaran kegiatan ini adalah ibu PKK Desa Kudikan, Lamongan. Kegiatan ini dilaksanakan di balai desa secara bertahap selama tiga hari. Berikut konsep kerangka metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini:



Gambar 1. Kerangka Metode

Pada tahap pendekatan persuasif bertujuan untuk membangun kesadaran dan minat Ibu-ibu PKK Desa Kudikan terhadap potensi

ekonomi digital, sehingga mereka termotivasi untuk aktif berpartisipasi dan memulai usaha digital, khususnya pada sosial media TikTok. Hal ini dilakukan melalui penekanan pada manfaat praktis, fleksibilitas waktu, dan potensi peningkatan pendapatan yang dapat dicapai dengan memanfaatkan platform seperti TikTok Affiliate. Dengan menampilkan bukti sosial (kesaksian atau studi kasus sukses) dan menciptakan lingkungan yang supportif, pendekatan ini dirancang untuk secara bertahap mengubah keraguan menjadi keyakinan dan mendorong *take-action* segera.

Tabel 1. Metode Tahapan Pendekatan Persuasif

Metode	Deskripsi dan Tujuan
Penyuluhan Motivasi (Ice Breaking & Success Story)	Dilakukan di awal kegiatan untuk mematahkan keraguan dan rasa takut terhadap teknologi. Tim pelaksana akan menyajikan studi kasus atau kisah sukses affiliate marketer dengan latar belakang yang mirip dengan peserta, untuk menanamkan keyakinan bahwa mereka juga mampu melakukannya.
Diskusi Interaktif	Melibatkan peserta dalam sesi tanya jawab dan diskusi untuk mengidentifikasi tantangan pemasaran UMKM mereka saat ini. Hal ini bertujuan untuk meyakinkan mereka bahwa TikTok Affiliate adalah solusi praktis dan efisien untuk mengatasi keterbatasan pasar konvensional.
Simulasi dan Umpam Balik Positif	Setiap peserta didorong untuk mempraktikkan keterampilan yang baru diperoleh (misalnya, membuat video pendek pertama). Umpam balik yang diberikan selalu bersifat positif dan konstruktif untuk membangun kepercayaan diri dan mempertahankan motivasi.

Pada tahap pendekatan edukatif ini merupakan inti dari pelatihan, di mana terjadi transfer pengetahuan dan keterampilan teknis yang terstruktur mengenai operasional TikTok dan program afiliasi. Materi disajikan secara terperinci, meliputi teori dasar hingga praktik langsung (hands-on) agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mahir dalam

mengaplikasikan setiap tahapan bisnis afiliasi. Dengan metode penyampaian yang sistematis dan interaktif, pendekatan ini bertujuan memastikan bahwa setiap Ibu PKK memiliki kompetensi digital yang memadai untuk menjadi *affiliate marketer* yang efektif.

Tabel 2. Metode Tahapan Pendekatan Edukatif

Metode	Deskripsi dan Tujuan
Sosialisasi Teoritis	Pemberian materi dasar tentang konsep ekonomi digital, cara kerja TikTok Affiliate, etika berbisnis online, dan literasi digital secara umum. Metode ini memastikan peserta memiliki pemahaman konseptual yang kuat sebelum praktik.
Pelatihan Partisipatif (Hands-on Practice)	Peserta wajib membawa smartphone dan mempraktikkan materi secara langsung di bawah bimbingan tim pelaksana. Materi yang dipraktikkan meliputi: (1) Pembuatan Akun Kreator TikTok, (2) Pembuatan Konten Video Sederhana, dan (3) Pendaftaran dan Penggunaan TikTok Shop Affiliate.
Pendampingan Intensif (Mentoring)	Setelah sesi pelatihan, dilakukan pendampingan secara berkelompok atau individu untuk mengatasi kesulitan teknis dan menjawab pertanyaan spesifik saat peserta mulai mengimplementasikan ilmunya. Pendampingan ini akan berlangsung selama periode dua minggu.
Evaluasi	Pengukuran tingkat pemahaman dan keterampilan peserta melalui pre-test di awal dan post-test di akhir kegiatan, untuk mengukur efektivitas metode edukatif yang diterapkan.

Pada tahapan pendekatan dalam Program Pengabdian Kepada Masyarakat di atas, telah membentuk rangkaian kegiatan yang terintegrasi dengan baik. Alur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat disajikan

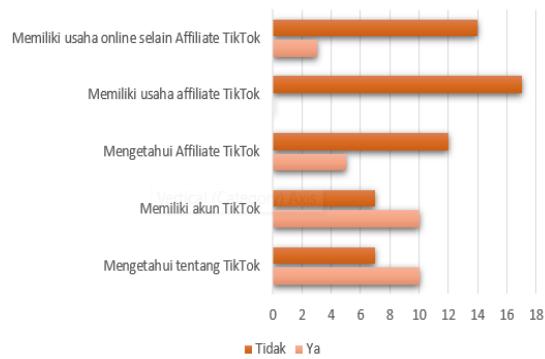
orang (29,4%) yang mengetahuinya, dan tidak ada (0%) peserta yang telah memiliki atau menjalankan usaha affiliate TikTok.

secara berurutan dan terstruktur, memastikan bahwa setiap tahapan mendukung dan melengkapi tahapan berikutnya dengan baik. Dengan pendekatan yang teliti dan berbasis edukatif persuasif, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi Ibu-ibu PKK desa Kudikan, khususnya dalam pemanfaatan peluang bisnis melalui TikTok *Affiliate* untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini diawali dengan melakukan survei guna mengetahui wawasan, minat, dan kemampuan ibu- ibu PKK dalam menjalankan program TikTok *Affiliate*. Hal ini dilakukan untuk memastikan tujuan dan sasaran kegiatan yang akan dilaksanakan memberikan manfaat terbaik sesuai dengan kebutuhan masyarakat desa Kudikan.

Analisis kondisi awal dilakukan melalui survei pendahuluan terhadap 17 orang peserta Ibu-ibu PKK Desa Kudikan untuk memetakan tingkat literasi digital dan keterlibatan mereka dalam ekonomi digital sebelum pelatihan dimulai. Berikut hasil survei dipaparkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Hasil Survey

Analisis data survei menunjukkan adanya kesenjangan signifikan antara penggunaan media sosial umum dengan pemanfaatannya sebagai alat ekonomi produktif. Meskipun mayoritas peserta (10 orang atau 58,8%) telah mengetahui dan memiliki akun TikTok, pemahaman dan implementasi terhadap model bisnis digital masih sangat rendah. Hal ini terbukti dari minimnya pengetahuan tentang program Affiliate TikTok, di mana hanya 5

Selain itu, keterlibatan peserta dalam jenis usaha online lainnya juga masih sangat terbatas, hanya

3 orang (17,6%) yang mengaku memiliki usaha online di luar *affiliate marketing*.

Temuan ini secara jelas mengonfirmasi bahwa Ibu-ibu PKK Desa Kudikan memiliki potensi besar dalam adaptasi platform karena mayoritas sudah menggunakan TikTok, namun mereka berada di tahap awal kurva adopsi teknologi dalam hal monetisasi. Data ini menguatkan urgensi dan relevansi pelaksanaan program pelatihan *Affiliate TikTok*. Pelatihan ini bukan sekadar sosialisasi, tetapi merupakan intervensi edukatif yang vital untuk mengubah pengguna pasif media sosial menjadi pelaku ekonomi digital aktif, sehingga dapat menjembatani kesenjangan digital dan meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga mereka.

Tahap Pendekatan Persuasif

Tahap awal ini berfokus pada pembangunan kesadaran dan menghilangkan hambatan psikologis peserta terhadap pemanfaatan teknologi untuk tujuan ekonomi.

Penyuluhan Motivasi dengan *Success Story*: Kegiatan dimulai dengan sesi ice breaking dan penyampaian materi motivasi. Sebagai upaya menghilangkan keraguan dan membangun keyakinan, tim pelaksana menyajikan studi kasus Ibu rumah tangga yang berhasil menjadi Top Kreator *Affiliate* di TikTok, yakni melalui kisah sukses Tianira membuktikan potensi besar ibu rumah tangga dalam ekonomi digital. Sebagai kreator afiliasi fashion melalui akun Rayta Arsyila, ia berhasil bangkit dari titik terendah hingga mencapai penghasilan bulanan sebesar Rp100 juta berkat pemanfaatan fitur-fitur TikTok secara maksimal. Keberhasilannya sebagai kreator top di Bandung menunjukkan bahwa *affiliate marketing* dapat menjadi jalur nyata untuk peningkatan kesejahteraan dan pencapaian tujuan pribadi, termasuk melanjutkan studi di perguruan tinggi.

Kisah sukses tersebut berfungsi sebagai bukti sosial yang meyakinkan peserta bahwa fleksibilitas peran ibu-ibu dapat dioptimalkan menjadi sumber pendapatan yang signifikan. Sesi ini efektif memicu motivasi peserta, menekankan bahwa modal utama dalam *affiliate marketing* adalah kemauan, konsistensi, dan kreativitas, alih-alih modal finansial yang besar. Hal ini bertujuan untuk membangun keyakinan diri peserta bahwa fleksibilitas peran mereka justru menjadi

keunggulan dalam bisnis online (Ramdani et al., 2025; Sari et al., 2025).

Diskusi Identifikasi Masalah: Sesi dilanjutkan dengan diskusi interaktif mengenai tantangan pemasaran produk UMKM lokal Lamongan dan usaha mikro yang dijalankan peserta. Diskusi ini berfungsi untuk mempersuasi peserta bahwa TikTok *Affiliate* adalah solusi konkret dan minim modal yang dapat mengatasi keterbatasan jangkauan pasar konvensional. Hasil dari tahap ini adalah tingginya antusiasme peserta dan kesiapan mental untuk menerima materi teknis.



Gambar 3. Sesi Pendekatan Persuasif

Tahap Pendekatan Edukatif

Tahap ini merupakan inti dari pelatihan, di mana peserta mendapatkan transfer pengetahuan dan keterampilan teknis secara sistematis melalui metode *hands-on practice*.



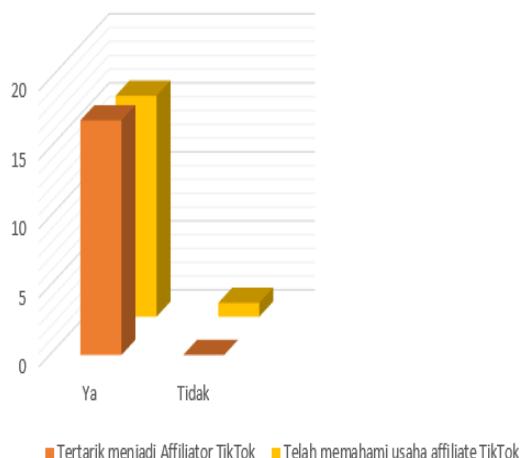
Gambar 4. Sesi Pendekatan Edukasi

Sesi pertama adalah memberikan materi Dasar-Dasar TikTok dan Pembuatan Akun. Tim pelaksana memberikan sosialisasi mengenai struktur *Social Commerce* di TikTok. Materi teknis difokuskan pada panduan langkah demi langkah dalam membuat dan mengoptimalkan Akun Kreator TikTok, termasuk pengaturan profil, etika konten, dan fitur-fitur dasar yang mendukung affiliate.

Pada sesi kedua membahas tentang Mekanisme TikTok *Affiliate* dan Pemilihan Produk. Peserta diajarkan secara rinci mengenai cara kerja program *Affiliate* TikTok, mulai dari proses pendaftaran, kriteria produk yang menguntungkan, hingga cara menautkan produk ke akun mereka. Pada sesi ini, peserta secara kolektif memilih sebagai produk sampel untuk affiliate pertama mereka.

Sesi ketiga Praktik *Content Creation* dan Video Promosi. Ini merupakan puncak dari sesi edukatif. Peserta dibimbing langsung (*hands-on*) dalam teknik dasar pembuatan video pendek yang menarik misalnya, teknik pencahayaan sederhana, penambahan teks/musik yang sedang tren, dan penggunaan hashtag.

Setelah pelaksanaan pelatihan, dilakukan evaluasi akhir untuk mengukur dampak langsung program, terutama terkait peningkatan pemahaman (edukatif) dan perubahan sikap/motivasi (persuasif) peserta. Hasil evaluasi disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Diagram Hasil Evaluasi

Hasil evaluasi akhir menunjukkan tingkat keberhasilan yang sangat tinggi dari pendekatan Persuasif Edukatif yang diterapkan selama kegiatan.

Pertama, dari aspek Persuasif, tercatat 100% peserta yaitu 17 dari 17 orang ibu PKK desa Kudikan menyatakan tertarik menjadi *Affiliator* TikTok. Angka ini merupakan bukti nyata efektivitas sesi motivasi dan penyampaian success story dalam mengubah keraguan menjadi keyakinan dan membangun niat kuat untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital. Capaian ini menjadi prasyarat penting karena mengubah mindset adalah kunci utama dari pemberdayaan.

Kedua, berdasarkan aspek Edukasi, dapat dinyatakan bahwa sebanyak 16 orang (atau 94,1%) peserta menyatakan telah memahami usaha *affiliate* TikTok. Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang masif jika dibandingkan dengan data *pre-survey* di mana hanya 5 orang (29,4%) yang mengetahui konsep *affiliate* TikTok sebelumnya. Peningkatan drastis ini mengindikasikan bahwa metode pelatihan yang bersifat *hands-on* dan sistematis efektif dalam mentransfer keterampilan teknis kepada Ibu-ibu PKK.

5. SIMPULAN

Berdasarkan analisis kondisi awal dan hasil evaluasi akhir kegiatan, dapat disimpulkan bahwa program pemberdayaan ekonomi digital melalui pelatihan TikTok Affiliate bagi Ibu-ibu PKK Desa Kudikan, Lamongan, berhasil mencapai tujuan utamanya, yaitu: a) *Efektivitas Pendekatan Persuasif* yang dilakukan melalui penyuluhan motivasi dan pemaparan success story (seperti kisah Tianira) berhasil secara total mengubah keraguan menjadi keyakinan. Hal ini tercermin dari hasil evaluasi akhir di mana 100% peserta (17 dari 17 orang) menyatakan tertarik menjadi *Affiliator* TikTok. Capaian ini menunjukkan keberhasilan dalam mengubah mindset Ibu PKK dari pengguna pasif menjadi pelaku ekonomi digital aktif. b) *Peningkatan Keterampilan Edukatif* Metode Pelatihan Partisipatif (*hands-on practice*) terbukti sangat efektif dalam mentransfer pengetahuan teknis. Pemahaman peserta terhadap usaha *affiliate* TikTok meningkat secara signifikan dari hanya 29,4% (*pra-survey*) menjadi 94,1% (*pasca-evaluasi*). Peningkatan drastis ini mengindikasikan bahwa Ibu-ibu PKK kini telah memiliki kompetensi digital yang memadai untuk memulai bisnis afiliasi.

6. DAFTAR REFERENSI

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Benefit: Journal of Business, Economics, and Finance*, 2(1), 27–35. <https://doi.org/10.70437/benefit.v2i1.335>
- Arofah, Z., & Murti, I. (2025). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi: Studi Di Kecamatan Lamongan Kabupaten Lamongan Provinsi Jawa Timur. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* (e-ISSN: 2797-0469), 5(02), 60–68.
- Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Mayer, R. (2009). *Internet marketing: strategy, implementation and practice*. Pearson education.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. (2022, October 18). *Tingkatkan Perekonomian Lamongan, 200 UMKM Terima Permodalan KUR*. Https://Id.Wikipedia.Org/Wiki/Wikipedia:Sum ber_berita.
- Fiquddin, M., & Insyah, C. (2025). Tiktok Affiliate Sebagai Sarana Peningkatan Ekonomi Dalam Pengembangan Usaha Digital. *Al-Tsiqoh : Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 10(1), 64–82. <https://doi.org/10.31538/altsiq.v10i1.6906>
- Hashem, T. N. (2020). The role of supply chain strategy and affiliate marketing in increasing the demand for e-commerce–social media POV. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(1), 832.
- Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). *Social marketing: Behavior change for social good*. Sage Publications.
- Muktiono, A. (2024). Pemberdayaan Perempuan Melalui Gerakan PKK di Indonesia. *AL-BAHTS: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dah Hukum*, 2(1), 53–61. <https://doi.org/10.32520/albahts.v2i1.3094>
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2020 Tentang Pelaksanaan Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2017 Tentang Gerakan Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga (2020).
- Ramdani, R. M., Kahirani, A. R., Hadita, A., Prabowo, R., & Aulia, I. S. (2025). Peluang Bisnis Melalui Affiliate Marketing: Mengoptimalkan Waktu Luang Ibu Rumah Tangga di Desa Margamulya. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 109–118.
- Sari, N. K. W. M., Anam, A. G., Mahfuz, M., Farisi, M. S. Al, & Uli, A. S. (2025). Transformasi Ekonomi Lokal Menuju Ekonomi Digital: Strategi Pemberdayaan Melalui Seminar Literasi Digital. *Abdi Masyarakat*, 7(1), 168. <https://doi.org/10.58258/abdi.v7i1.8802>
- Sulam, R. T., & Fasa, M. I. (2025). TikTok Shop sebagai Inovasi Social Commerce: Analisis Pengalaman Pengguna, Kepuasan Konsumen, dan Perubahan Perilaku Belanja. *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 2(1), 97–106.
- Yuwono, C. O., Rizky, N. Y., & Indra, I. R. (2025). Evolusi Social Commerce: Memahami Fenomena Digital melalui Perspektif Teori Komunikasi dan Sosial. *Journal of Syntax Literate*, 10(2).