

## OPTIMALISASI PROGRAM TIKTOK AFFILIATE KISANA BODY CARE MELALUI KEGIATAN MAGANG MAHASISWA

Muhammad Hafiz Ainur Rofi, Vivit Vinkarini, Ainur Rochmaniah\*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Corresponding Author. E-mail\* : ainur@umsida.ac.id

### Abstract

*This community service activity aimed to optimize the implementation of the TikTok Affiliate program at Kisana Body Care through a student internship scheme based on Project Based Learning (PBL). The partner faced several challenges, including unstructured management of the affiliate database, an unsystematic recruitment process, and limitations in monitoring content performance and sales contributions. A participatory approach was employed, involving students actively in the planning, implementation, and evaluation processes in collaboration with the partner. The activity was conducted over four months and consisted of initial training, observation and problem identification, implementation of an affiliate management system based on Google Sheets, communication assistance with content creators, and periodic monitoring and evaluation. The results indicate positive changes in the management of the TikTok Affiliate program, as reflected in the establishment of a centralized affiliate database, a clearer recruitment workflow, and improved ease of monitoring affiliate activity and performance. The implementation of a more structured management system supported consistent communication and facilitated data-driven marketing decision-making. This activity concludes that participatory-based assistance and strengthened affiliate management contribute to enhancing the effectiveness of digital marketing for MSMEs, while also providing contextual learning experiences for students.*

**Keywords:** Optimization, TikTok Affiliate, Digital Marketing, MSME

### Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan pelaksanaan program TikTok Affiliate pada Kisana Body Care melalui skema magang mahasiswa berbasis Project Based Learning. Permasalahan yang dihadapi mitra meliputi belum terstrukturanya pengelolaan database afiliator, proses rekrutmen yang belum sistematis, serta keterbatasan dalam memantau performa konten dan kontribusi penjualan. Metode yang digunakan adalah partisipatif, dimana melibatkan mahasiswa secara aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan bersama mitra. Kegiatan dilaksanakan selama empat bulan melalui tahapan pembekalan awal, observasi dan identifikasi permasalahan, implementasi sistem pengelolaan afiliator berbasis Google Sheet, pendampingan komunikasi dengan kreator, serta monitoring dan evaluasi secara berkala. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif dalam pengelolaan program TikTok Affiliate, ditandai dengan tersusunnya database afiliator terpusat, alur rekrutmen yang lebih jelas, serta kemudahan pemantauan tingkat keaktifan dan performa afiliator. Penerapan sistem pengelolaan yang lebih terstruktur membantu mitra dalam menjaga konsistensi komunikasi dan mendukung pengambilan keputusan pemasaran berbasis data. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa pendampingan berbasis partisipasi dan penguatan manajemen afiliator berkontribusi terhadap peningkatan efektivitas pemasaran digital UMKM, sekaligus memberikan pengalaman pembelajaran kontekstual bagi mahasiswa.

**Kata Kunci:** Optimalisasi, TikTok Affiliate, Pemasaran Digital, UMKM

Copyright©2025. Muhammad Hafiz Ainur Rofi dan kawan-kawan

This is an open access article under the CC-BY NC-SA license.

DOI: <https://doi.org/10.30656/e2wavy72>

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital secara fundamental mengubah strategi komunikasi pemasaran, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era yang semakin mengutamakan interaksi digital. Di tengah transformasi ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi interpersonal, namun juga telah berkembang menjadi alat pemasaran strategis yang mampu menjangkau audiens secara luas (Ati et al., 2025). Pemanfaatan platform media sosial seperti TikTok yang mendukung kapabilitas konten video pendek untuk meningkatkan keterlibatan audiens serta membangun *brand awareness* dan *engagement* yang tinggi (Ardiyono et al., 2024).

Dikutip dari data laporan (Kemp, 2025), menunjukkan bahwa TikTok memiliki puluhan juta pengguna aktif di Indonesia, sebagian besar berada dalam rentang usia produktif (18–34 tahun), baik yang menggunakan maupun memproduksi konten digital. Kondisi ini menunjukkan bahwa audiens pada platform TikTok memiliki tingkat partisipasi yang tinggi dalam proses komunikasi, sehingga menciptakan ekosistem pemasaran yang bersifat interaktif dan berbasis partisipasi pengguna (Karunia et al., 2025). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pemasaran digital yang mampu memanfaatkan karakteristik tersebut secara strategis dan berkelanjutan agar pesan promosi dapat diterima oleh audiens.

Salah satu pendekatan yang mendapatkan perhatian signifikan dalam literatur pemasaran digital adalah affiliate marketing, yakni sistem promosi berbasis kinerja di mana kreator konten membantu untuk memasarkan produk atau layanan dan menerima kompensasi berdasarkan hasil yang dicapai seperti total klik, lead atau penjualan (Rihidima et al., 2025). Mekanisme ini semakin dipopulerkan melalui fitur TikTok Affiliate yang memungkinkan kolaborasi antara kreator dan brand, sekaligus memanfaatkan algoritma distribusi konten yang adaptif (Siahaana et al., 2025).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa affiliate marketing merupakan strategi pemasaran digital yang efektif, khususnya ketika diimplementasikan melalui platform TikTok. Pada penelitian yang dilakukan (Pakpahan et al., 2025) menegaskan bahwa affiliate marketing berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan serta membuka

peluang ekonomi bagi pelaku usaha dan individu yang berperan menjadi afiliator. Sementara itu, penelitian (Ihatra et al., 2024) menemukan bahwa keberhasilan konten affiliate marketing di TikTok dipengaruhi oleh elemen persuasif seperti storytelling, gaya komunikasi, keterbukaan personal, dan visualisasi yang menarik sehingga mampu membangun kepercayaan audiens. Selain itu, penelitian (Harahap & Sazali, 2024) menunjukkan bahwa affiliate marketing efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran UMKM melalui pemanfaatan jaringan afiliator dan promosi berbasis konten, sehingga mendorong kinerja pemasaran melalui kolaborasi digital.

Perkembangan ini secara langsung memengaruhi berbagai sektor industri, termasuk industri kecantikan yang sangat bergantung pada aspek visual dan narasi pengalaman dalam membentuk persepsi konsumen (Bakri, 2023). Hal ini sejalan dengan temuan (Athaya & Wandebori, 2023) yang menjelaskan bahwa konten berupa ulasan produk, demonstrasi penggunaan, dan testimoni personal memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap dan keputusan pembelian karena mampu menyajikan informasi produk secara lebih nyata dan bersifat persuasif.

Namun, pemanfaatan TikTok Affiliate tidak hanya bergantung pada jumlah konten yang diproduksi, tetapi juga pada bagaimana konten tersebut dikelola, dirangkai dan disebarluaskan sesuai dengan target pasar (Setiawan, 2025). Sehingga, diperlukan sistem manajemen afiliator yang terstruktur, komunikasi yang efektif antara brand dan kreator, serta pemantauan performa konten secara berkelanjutan untuk memastikan pesan pemasaran tersampaikan secara optimal (Tarigan et al., 2025).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui program magang berbasis Project Based Learning (PBL) oleh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo di Kisana Body Care. Kisana Body Care merupakan brand kecantikan lokal asal Sidoarjo yang telah beroperasi sejak November 2023 dengan memproduksi dan memasarkan produk perawatan tubuh seperti Glycolic Soap dan Hair Removal Cream, untuk segmentasi konsumen usia muda yang aktif di media sosial. Dalam strategi pemasaran digitalnya, Kisana telah memanfaatkan TikTok Affiliate sebagai salah satu kanal promosi utama untuk memperluas jangkauan audiens dan mendorong

penjualan. Namun, implementasi strategi tersebut masih memerlukan penguatan pada aspek manajerial dan operasional agar dapat berjalan secara baik.



**Gambar 1.** Profil akun TikTok Kisana Body Care.

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025.

Permasalahan mitra yang diidentifikasi dalam kegiatan ini meliputi belum optimalnya pengelolaan database afiliator, yang berdampak pada kesulitan dalam memantau performa masing-masing kreator secara sistematis. Selain itu, proses rekrutmen afiliator belum sepenuhnya terstruktur, sehingga jumlah dan tingkat keaktifan afiliator cenderung fluktuatif. Dari sisi produksi konten, tidak semua afiliator memiliki pemahaman yang memadai mengenai strategi pembuatan konten yang sesuai dengan karakteristik platform TikTok, sehingga diperlukan pendampingan dalam bentuk arahan konten, hook promosi, dan pola komunikasi yang konsisten.

Berdasarkan permasalahan tersebut, solusi yang ditawarkan melalui kegiatan pengabdian ini adalah optimalisasi program TikTok Affiliate melalui penguatan manajemen afiliator yang lebih terstruktur, pendampingan dalam proses rekrutmen kreator yang sesuai dengan karakteristik brand, serta peningkatan kualitas komunikasi antara brand dan afiliator. Selain itu, kegiatan ini mencakup penyusunan sistem monitoring dan pelaporan performa secara berkala berbasis data yang meliputi pencatatan jumlah afiliator aktif, hasil konten yang diproduksi, tingkat engagement, hingga capaian penjualan yang dihasilkan. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa magang berperan sebagai admin yang bertanggung jawab mengelola dan memperbarui database afiliator, memantau performa konten secara rutin, serta menyusun laporan evaluasi sebagai dasar pengambilan keputusan pemasaran. Mahasiswa juga berperan sebagai fasilitator

komunikasi, khususnya dalam proses rekrutmen kreator dan pengelolaan komunitas affiliator melalui media WhatsApp, guna membangun hubungan yang lebih kolaboratif, responsif, dan berkelanjutan antara Kisana Body Care dan para affiliator.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan pelaksanaan program TikTok Affiliate di Kisana Body Care melalui penguatan manajemen affiliator, peningkatan efektivitas komunikasi, serta penyusunan sistem pelaporan performa berbasis data. Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat nyata bagi mitra dalam meningkatkan kinerja pemasaran digital, sekaligus memberikan pengalaman pembelajaran bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan teori komunikasi pemasaran secara kontekstual dan praktis.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pendekatan partisipatif, yaitu pendekatan yang menekankan keterlibatan aktif mitra dan mahasiswa dalam seluruh proses kegiatan, mulai dari perencanaan, implementasi, hingga evaluasi (Alhadar et al., 2025). Pendekatan ini dipilih karena mendorong kolaborasi nyata antara pelaksana kegiatan dan mitra dalam merumuskan solusi atas permasalahan yang dialami, sehingga mahasiswa tidak hanya menjadi pengamat, tetapi juga pelaku yang berkontribusi dalam pengelolaan program.

Kegiatan pengabdian dilakukan melalui program magang berbasis Project Based Learning (PBL) yang dilaksanakan selama (4) bulan, mulai dari 14 Juli sampai 14 November. Sebelum pelaksanaan magang dimulai, mahasiswa diwajibkan menyertakan surat pengantar resmi dari kampus, yang berfungsi sebagai bukti legalitas dan memastikan adanya koordinasi dengan pihak mitra.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan yang disusun secara sistematis untuk mendukung pencapaian tujuan kegiatan. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

- a. Pembekalan dan pengenalan alur kerja program TikTok Affiliate kepada tim mahasiswa.

- b. Observasi terhadap pelaksanaan program yang telah berjalan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan mitra.
- c. Perencanaan dan implementasi kegiatan yang mencakup pengelolaan database affiliator, pendampingan komunikasi dan rekrutmen affiliator, serta pemantauan performa konten.
- d. Monitoring dan evaluasi mingguan guna menilai efektivitas program serta mendukung perbaikan strategi secara berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh tahapan kegiatan dilaksanakan oleh tim mahasiswa dengan didampingi oleh Yunitasya Endrayana selaku Brand Manager Kisana Body Care, untuk memastikan implementasi program berjalan selaras. Hasil dan pembahasan pada bagian ini disusun berdasarkan tahapan pelaksanaan kegiatan serta pengaruhnya terhadap pengelolaan program TikTok Affiliate.

### 1. Pembekalan Awal dan Pengenalan Program

Sebagai tahap persiapan dalam pelaksanaan pendampingan kepada mitra, tim mahasiswa terlebih dahulu memperoleh pembekalan mengenai konsep dan mekanisme affiliate marketing sebagai dasar pengelolaan program TikTok Affiliate di Kisana Body Care. Pembekalan ini diberikan untuk memastikan kesamaan pemahaman sebelum tim mahasiswa terlibat dalam proses implementasi dan pendampingan program affiliate di lingkungan mitra.

Materi pembekalan mencakup pemahaman tentang affiliate marketing sebagai strategi pemasaran berbasis kinerja, di mana pihak ketiga berperan dalam mempromosikan produk dengan imbalan komisi berdasarkan hasil yang dicapai. Selain itu, tim mahasiswa juga dibekali pengetahuan mengenai alur kerja sistem affiliate, mulai dari proses pendaftaran affiliator, mekanisme promosi produk melalui konten TikTok, hingga sistem pelacakan penjualan dan pembagian komisi.

Pembekalan juga mencakup penjelasan mengenai tujuan brand dalam membangun program affiliate, seperti memperluas jangkauan promosi secara organik, meningkatkan

kredibilitas produk melalui konten kreator, serta mendorong keputusan pembelian konsumen. Pemahaman ini menjadi bekal bagi tim mahasiswa dalam mendampingi mitra agar program TikTok Affiliate dapat dikelola secara lebih terarah.

Selain itu, tim mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai indikator keberhasilan program affiliate, yang meliputi tingkat keaktifan afiliator, konsistensi produksi konten promosi, keterlibatan audiens, serta kontribusi terhadap penjualan produk. Pembekalan ini menjadi landasan dalam proses pendampingan dan evaluasi program affiliate yang akan diterapkan pada mitra.



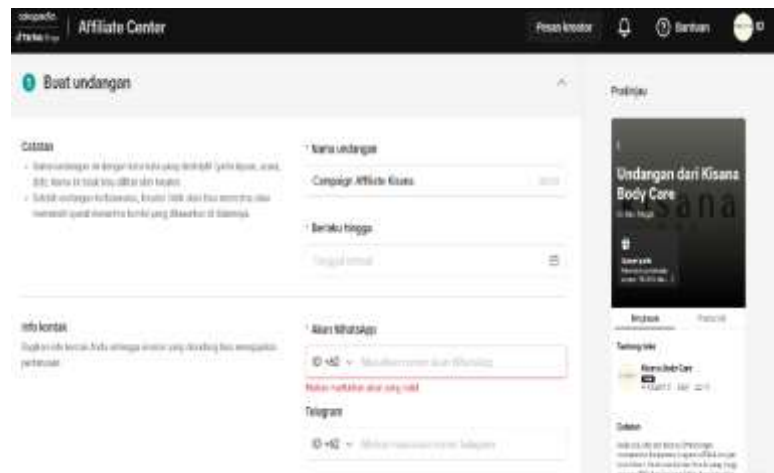
**Gambar 2.** Pembekalan awal tentang TikTok Affiliate dengan Brand Manager Kisana  
Sumber: Olahan Penulis, 2025.

## 2. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tahap observasi dan identifikasi permasalahan dilakukan sebagai bagian dari upaya memahami kondisi awal pengelolaan program TikTok Affiliate di Kisana Body Care. Pada tahap ini, tim mahasiswa memperoleh tugas untuk menelusuri dan mengundang calon afiliator melalui fitur TikTok Seller Center, serta menjalin komunikasi awal dengan kreator melalui pesan langsung (*direct message*) di TikTok. Kegiatan ini bertujuan untuk memetakan potensi afiliator sekaligus memahami pola interaksi awal antara brand dan kreator dalam proses rekrutmen affiliate.

Dalam pelaksanaan tugas tersebut, tim mahasiswa diberikan indikator kinerja (Key Performance Indicator/KPI) sebagai tolok ukur pencapaian kegiatan, yaitu melakukan *listing* sebanyak 25 calon afiliator serta mencapai 3 afiliator yang bersedia melakukan kerja sama, ditandai dengan masuknya produk ke dalam *showcase* atau pengajuan permintaan

sampel. Penerapan KPI ini membantu mitra dalam menilai efektivitas proses rekrutmen afiliator serta mengidentifikasi hambatan yang muncul pada tahap awal kolaborasi.



**Gambar 3.** Proses rekrutmen afiliator melalui TikTok Seller Center.  
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025.

Hasil observasi menunjukkan, meskipun proses pencarian dan komunikasi afiliator dapat dilakukan melalui TikTok Seller Center dan pesan langsung, sistem pengelolaan yang digunakan masih belum berjalan secara optimal. Data afiliator belum terdokumentasi secara terstruktur, sehingga menyulitkan proses pemantauan status komunikasi, tindak lanjut kerja sama, serta evaluasi performa afiliator. Kondisi ini berpotensi menghambat efektivitas program TikTok Affiliate apabila tidak segera ditangani.

Berdasarkan temuan tersebut, dilakukan identifikasi permasalahan utama, yaitu belum adanya sistem pengelolaan affiliate yang terintegrasi dan mudah dipantau. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian diarahkan pada perancangan dan penerapan sistem pengelolaan affiliate yang lebih terstruktur, mencakup pencatatan data afiliator, status kerja sama, serta mekanisme monitoring yang jelas.

### 3. Implementasi Sistem Pengelolaan

Tahap implementasi menjadi fase utama dalam kegiatan pengabdian ini karena pada tahap tersebut tim mahasiswa mulai menerapkan solusi yang disusun berdasarkan hasil observasi dan identifikasi permasalahan bersama mitra. Dalam pelaksanaan program TikTok Affiliate Kisana Body Care, tim mahasiswa tidak hanya menjalankan aktivitas

teknis magang, tetapi juga berperan aktif dalam membangun sistem kerja yang lebih terstruktur dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan mitra.

Sebagai bentuk kontribusi, tim mahasiswa menerapkan sistem pengelolaan program TikTok Affiliate berbasis Google Sheet yang berfungsi sebagai pusat pencatatan dan koordinasi data affiliator. Sistem ini dirancang agar mudah dioperasikan dan adaptif terhadap dinamika kerja sama. Dalam pelaksanaannya, tim mahasiswa menjalankan peran administratif dalam pengelolaan data sekaligus peran rekrutmen melalui komunikasi dengan calon affiliator, sehingga proses implementasi dapat berjalan secara lebih terarah dan efisien.

#### A) Pencatatan dan pengelolaan data affiliator.

Implementasi diawali dengan pembuatan sistem pencatatan affiliator berbasis Google Sheet sebagai pusat data utama program TikTok Affiliate Kisana Body Care. Tim mahasiswa merancang format pencatatan yang mencakup informasi administratif dan teknis affiliator, antara lain nama akun TikTok, tautan profil, kontak WhatsApp, niche konten, status pengajuan dan pengiriman sampel, status keanggotaan grup WhatsApp, serta keterangan jenis produk sampel yang diterima. Sistem ini dirancang untuk memudahkan pemantauan perkembangan setiap affiliator secara berkelanjutan.



	Platform Utama	PIC	Produk	No HP	Status Sample	Undang Grup	Niche / Topik
1	Tiktok	viat		HP (2)	Belum Ada...	Sudah Join	Lifestyle
2	Tiktok	viat	Hair R...	HP (2)	Sampel Sab...	Follow Up...	Beauty
3	Tiktok	viat	Glycol...	HP (2)	Sampel Sab...	Follow Up...	Beauty
4	Tiktok	viat	Glycol...	HP (2)	Sampel Sab...	Sudah Join	Beauty
5	Tiktok	viat	Glycol...		Sampel Sab...	Belum diu...	Beauty
6	Tiktok	viat	Glycol...	HP (2)	Sampel Sab...	Follow Up...	Beauty
7	Tiktok	viat	Glycol...	HP (2)	Sampel Sab...	Follow Up...	Beauty
8	Tiktok	viat	Glycol...	HP (2)	Sampel Sab...	Follow Up...	Beauty
9	Tiktok	viat	Glycol...	HP (2)	Sampel Sab...	Follow Up...	Beauty
10	Tiktok	viat	Hair R...	HP (2)	Sampel HR	Follow Up...	Beauty

**Gambar 4.** Pencatatan data affiliator berbasis Google Sheet.

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025.

Pencatatan performa seperti impresi, click-through rate (CTR), jumlah penjualan, dan komisi tidak langsung diisi pada tahap awal. Data performa baru dicatat setelah affiliator

menerima sampel produk dan mulai memproduksi konten promosi, baik melalui unggahan video maupun sesi live streaming. Ketentuan ini diterapkan agar data yang tercatat benar-benar merepresentasikan performa aktual affiliator setelah terlibat secara aktif dalam program. Dengan demikian, mitra dapat memahami kontribusi masing-masing affiliator secara lebih jelas berdasarkan hasil konten yang telah dipublikasikan.

Sistem pencatatan ini juga membantu mitra dalam membedakan affiliator yang masih berada pada tahap peninjauan dengan affiliator yang telah aktif mempromosikan produk. Keberadaan database terpusat memberikan kemudahan dalam pengelolaan informasi dan menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan program TikTok Affiliate yang dijalankan.

#### **B) Rekrutmen dan pengelolaan komunikasi.**

Tahap rekrutmen dan pengelolaan komunikasi difokuskan pada proses penjajakan kerja sama yang terarah dan berbasis kesepahaman antara brand dan affiliator. Tim mahasiswa melakukan pencarian calon affiliator yang relevan dengan ketentuan dari mitra. Ketentuan tersebut mencakup kesesuaian niche konten dengan karakteristik produk Kisana Body Care, rata-rata jumlah tayangan konten, serta potensi kontribusi terhadap penjualan atau GMV. Komunikasi awal dilakukan melalui pesan langsung (*direct message*) TikTok untuk memperkenalkan program TikTok Affiliate serta membuka ruang dialog dengan calon affiliator.

Calon affiliator yang menunjukkan ketertarikan kemudian diarahkan untuk melanjutkan komunikasi melalui WhatsApp sebagai media komunikasi utama. Pada tahap ini, tim mahasiswa menyampaikan informasi awal mengenai mekanisme kerja sama dan mewajibkan calon affiliator untuk membaca serta memahami *brief mandatory* yang telah ditetapkan oleh Kisana Body Care. *Brief mandatory* tersebut memuat ketentuan penting terkait karakteristik konten, pesan utama produk, batasan komunikasi promosi, serta standar etika yang harus dipatuhi oleh affiliator selama menjalankan kerja sama.

#### **C) Pendampingan rutin melalui grup WhatsApp.**

Pendampingan rutin kepada affiliator dilakukan melalui grup WhatsApp yang berfungsi sebagai media komunikasi utama antara brand dan affiliator. Tim mahasiswa secara aktif berperan dalam mengelola komunikasi di dalam grup, menyampaikan arahan

teknis, serta menjaga keterlibatan affiliator dalam program. Melalui grup ini, affiliator memperoleh informasi terkait panduan konten, penyesuaian hook promosi, serta pemberitahuan mengenai program insentif atau reward yang bersifat situasional dari mitra.



**Gambar 5.** Pendampingan rutin kepada affiliator melalui grup WhatsApp.  
Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025.

Pendampingan dilakukan secara konsisten setiap hari dengan pendekatan yang komunikatif dan suportif. Tim mahasiswa memberikan dorongan semangat kepada affiliator untuk terus memproduksi konten dan menjaga konsistensi promosi. Pendekatan ini bertujuan menciptakan suasana kerja sama yang positif, sekaligus memperkuat hubungan antara brand dan affiliator. Selain itu, komunikasi yang intensif melalui grup WhatsApp membantu memastikan bahwa setiap affiliator memperoleh informasi yang sama secara serentak.

#### **4. Monitoring dan Evaluasi Berkala.**

Tahap evaluasi dilaksanakan secara rutin setiap minggu sebagai upaya untuk meninjau pelaksanaan program TikTok Affiliate yang telah diimplementasikan. Evaluasi dilakukan secara kolaboratif antara mahasiswa dan pihak perusahaan untuk memastikan bahwa sistem pengelolaan affiliator berbasis Google Sheet serta pola pendampingan yang diterapkan berjalan sesuai dengan tujuan kegiatan. Melalui evaluasi berkala ini, mitra

memperoleh gambaran mengenai keberlangsungan program, sementara tim mahasiswa berperan dalam memfasilitasi proses pemantauan dan refleksi pelaksanaan kegiatan.



**Gambar 6.** Proses evaluasi mingguan program TikTok Affiliate berdasarkan data pengelolaan affiliator.  
Sumber: Olahan Penulis, 2025..

Fokus utama evaluasi mingguan diarahkan pada peninjauan tingkat keaktifan affiliator. Tim mahasiswa melakukan pengecekan data pada Google Sheet untuk mengidentifikasi affiliator yang aktif memproduksi konten maupun akun-akun yang belum menunjukkan aktivitas promosi. Affiliator yang teridentifikasi tidak aktif kemudian menjadi sasaran tindak lanjut (*follow-up*) melalui komunikasi ulang, baik untuk mengingatkan kembali ketentuan program maupun memberikan pendampingan tambahan agar keterlibatan mereka dapat ditingkatkan.

Selain itu, evaluasi juga digunakan untuk meninjau perkembangan affiliator yang telah menerima sampel dan mulai mempublikasikan konten promosi. Data performa seperti impresi, click-through rate (CTR), penjualan, dan komisi ditinjau secara berkala sebagai bahan refleksi bersama. Hasil evaluasi mingguan ini menjadi dasar bagi mitra dan mahasiswa dalam menentukan arah pendampingan selanjutnya, sehingga program TikTok Affiliate dapat berjalan lebih terkontrol dan berkelanjutan.

Temuan kegiatan pengabdian ini mengindikasikan bahwa perancangan dan implementasi sistem pengelolaan pemasaran digital berbasis partisipasi mampu memperkuat tata kelola program promosi UMKM. Keterlibatan mahasiswa sebagai fasilitator dalam proses pendampingan memberikan kontribusi signifikan terhadap terciptanya sistem kerja yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan mitra.

## SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui program magang berbasis Project Based Learning di Kisana Body Care menghasilkan perubahan signifikan pada tata kelola program TikTok Affiliate yang sebelumnya belum berjalan secara terstruktur. Melalui pendampingan yang dilakukan, mitra mulai memiliki sistem pengelolaan affiliator berbasis data yang mencakup pencatatan identitas, status kerja sama, serta performa konten promosi. Perubahan ini mendorong pelaksanaan program TikTok Affiliate menjadi lebih terarah, terkontrol, dan mudah dievaluasi secara berkala.

Manfaat yang diperoleh mitra tidak hanya terbatas pada peningkatan keteraturan administrasi, tetapi juga pada efektivitas komunikasi dengan affiliator dan kemudahan dalam memantau kontribusi promosi terhadap pemasaran digital. Sistem monitoring yang diterapkan membantu mitra dalam mengidentifikasi affiliator aktif dan tidak aktif, serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis. Dalam kegiatan ini, mahasiswa berperan sebagai fasilitator, administrator, dan pendamping yang menjembatani kebutuhan mitra dengan praktik pengelolaan pemasaran digital, sekaligus memperoleh pengalaman pembelajaran kontekstual dalam penerapan strategi komunikasi pemasaran di lingkungan kerja nyata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhadar, F., Tawari, R. S., & Nurfani. (2025). *Pendekatan Partisipatif dalam Pengelolaan Taman Baca Folila untuk Meningkatkan Minat Baca Masyarakat Kalaodi*. 3(1), 1–7. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/care>
- Ardiyono, M. R., Hermawan, D., Siregar, H. B., & Saputra, F. (2024). Eksplorasi TikTok sebagai Media Pemasaran Efektif Bagi UMKM. *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(11), 1206–1213.
- Athaya, N. S., & Wandebori, H. (2023). *Analyzing Factors That Affect Purchasing Decisions For Beauty Products Through Tiktok Review Videos*. 2(1), 35–42. <https://doi.org/10.58229/jissbd.v2i1.186>
- Ati, H. D. L., Putri, I., & Dendi. (2025). *Media Sosial Sebagai Transformasi Digital Media Relation dan Digital Marketing UMKM*. 5(1), 48–57.

- Bakri, Z. F. (2023). *Analyzing the Influence of Digital Marketing Strategies on Business Performance in the Beauty Industry : A Comprehensive Analysis of Social Media Engagement and Influencer Collaborations*. 2(1), 37–48.
- Harahap, Y. A., & Sazali, H. (2024). *Digital Marketing Tiktok Affiliate pada Pemasaran Produk Fashion*. 6(5), 1733–1743. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/rj.v6i5>
- Ihatra, D. A., Hasfi, N., & Ulfa, N. S. (2024). *Persuasive Elements within Indonesian Affiliate Marketing Content on Tiktok Elemen Persuasif dalam Konten Affiliate Marketing Indonesia di TikTok*. 12(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/47341>
- Karunia, P., Cahyaningrum, D. R., & Apriani, E. (2025). *Digital Marketing's Big Potential on Tiktok Platform: Users, Audiences, And Social Media Competitions*. 3(2), 211–221. <https://doi.org/https://doi.org/10.61277/jmet.v3i2.175>
- Kemp, S. (2025). *Digital 2026: Indonesia. Data Reportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia>
- Pakpahan, R., Hardian, A., & Ekowati, S. (2025). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok dengan Menggunakan Affiliate pada Akun @ Rosepakpahan Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran*. 5(2), 950–963. <https://doi.org/https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.6986>
- Rihidima, L. V. C., Kurniasih, M., Noeringtyas, B. P., & Norisnita, S. P. G. M. (2025). *Affiliate Marketing Strategies for Effective Product Promotion in the Digital Era: Literature Review*. 7, 2589–2600. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i7.8753>
- Setiawan, M. F. (2025). *Strategi Digital Marketing melalui Aplikasi Tiktok dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk*. 4(1), 5952–5957. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2593>
- Siahaana, F. C., Guci, D. A., & Ghazali, P. L. (2025). *Pengaruh Affiliate Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Di Kota Medan*. 6.
- Tarigan, M. D. P., Asmara, M. E., & Dewi, M. (2025). *Strategi Pemasaran Afiliasi Melalui Konten Edukatif Di TikTok : Studi Kasus Pada Akun @buku.edukasi.anak.toko*. 8(9), 66–76. <https://eco.ojs.co.id/index.php/jreb/article/view/1408>