



Dampak Program Pelatihan Afiliasi terhadap Peningkatan Kompetensi Pemasaran UMKM di Kelurahan Jrebeng Kulon

The Impact of the Affiliate Training Program on Enhancing Marketing Competence of MSMEs in Jrebeng Kulon Village

Abdul Jalal^{1*}, Achmad Farishy Firmansyah², Muhamad Arif³, Uswatun Hasanah⁴, M. Jadid Khadavi⁵

¹⁻²Ekonomi Syariah, Institut Ahmad Dahlan, Indonesia

³Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Institut Ahmad Dahlan, Indonesia

⁴⁻⁵Hukum Keluarga Islam, Institut Ahmad Dahlan, Indonesia

Email: abduljalallumbang@gmail.com^{1*}, muhammadal0627@gmail.com², Farisfirmansyah233@gmail.com³, uswahhasanah0312@gmail.com⁴, jadid.boyz@gmail.com⁵

*Penulis Korespondensi: abduljalallumbang@gmail.com

Riwayat artikel:

Naskah Masuk: 03 November 2025;

Revisi: 27 November 2025;

Diterima: 16 Desember 2025;

Tersedia: 19 Desember 2025;

Keywords: Affiliate Program; Community Service; Digital Literacy; Digital Marketing; MSME.

Abstract : *This community service activity was carried out to assist MSME (Micro, Small, and Medium Enterprises) actors in Jrebeng Kulon Village in understanding and utilizing affiliate programs as a digital marketing strategy. The training was conducted through material presentation, demonstrations, and practical mentoring to ensure participants could follow each step more easily. Before the training, most participants were unfamiliar with the concept of affiliation and lacked the technical skills to use affiliate platforms. After participating in the activity, a significant increase was observed, particularly in the participants' ability to create accounts, select products, understand the commission system, and embed affiliate links. This change indicates that a practice-based training method is effective in helping MSMEs adapt to the developments in digital marketing technology. Overall, this training provided tangible benefits in improving digital literacy and opening opportunities for MSMEs to grow their businesses through a more effective and relevant marketing strategy in the digital era.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk membantu pelaku UMKM di Kelurahan Jrebeng Kulon memahami dan memanfaatkan program afiliasi sebagai strategi pemasaran digital. Pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi, demonstrasi, dan pendampingan praktik agar peserta dapat mengikuti setiap tahapan dengan lebih mudah. Sebelum pelatihan berlangsung, sebagian besar peserta belum mengenal konsep afiliasi dan belum memiliki kemampuan teknis dalam menggunakan platform afiliasi. Setelah mengikuti kegiatan, terjadi peningkatan yang cukup signifikan, terutama pada kemampuan peserta dalam membuat akun, memilih produk, memahami sistem komisi, hingga menautkan link afiliasi. Perubahan ini menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik mampu membantu UMKM beradaptasi dengan perkembangan teknologi pemasaran digital. Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan literasi digital dan membuka peluang bagi UMKM untuk mengembangkan usaha melalui strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan di era digital.

Kata Kunci: Literasi Digital; Pemasaran Digital; Pengabdian Masyarakat; Program Afiliasi; UMKM.

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat, terutama di wilayah perkotaan dan semi-perkotaan. Pada era digital saat ini, kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi menjadi faktor kunci

dalam meningkatkan daya saing usaha. Salah satu strategi pemasaran yang semakin berkembang adalah pemanfaatan program afiliasi, yaitu sistem pemasaran berbasis komisi yang memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen lebih luas melalui kolaborasi dengan pemasar digital atau konten creator (Rivai et al., 2025). Program ini terbukti memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas eksposur produk tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar.

Namun, pada praktiknya masih terdapat banyak UMKM yang belum memahami konsep dasar afiliasi maupun cara memanfaatkannya sebagai strategi penjualan. Kondisi ini juga ditemukan di Kelurahan Jrebeng Kulon, di mana sebagian besar pelaku UMKM belum mengetahui bagaimana program afiliasi bekerja dan manfaatnya bagi pengembangan usaha. Minimnya pengetahuan tersebut dapat menyebabkan UMKM kesulitan bersaing di pasar digital, terlebih ketika tren belanja online semakin meningkat dari tahun ke tahun (Amalia & Salama, 2023).

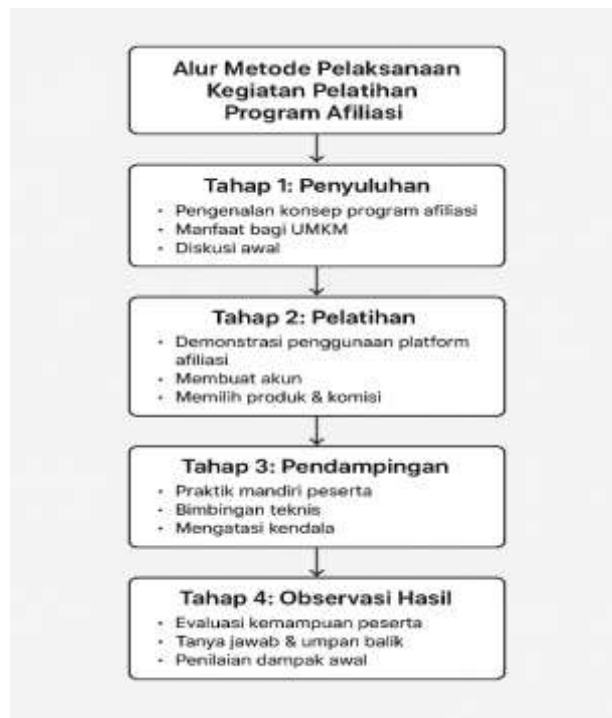
Melihat kebutuhan tersebut, kelompok KKN Institut Ahmad Dahlan menyelenggarakan kegiatan pelatihan bertema “Dampak Pelatihan Program Afiliasi terhadap Peningkatan Kompetensi Pemasaran UMKM di Kelurahan Jrebeng Kulon”. Kegiatan ini dilaksanakan pada 4 September 2025 di Aula Kelurahan Jrebeng Kulon dan diikuti oleh 30 pelaku UMKM. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan fundamental mengenai pemasaran digital berbasis afiliasi, memperkenalkan platform yang dapat digunakan, serta memberikan pendampingan praktik secara langsung. Diharapkan melalui pelatihan ini, pelaku UMKM dapat meningkatkan kompetensi pemasaran dan memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari strategi penjualan (Jelita Miranti, 2025).

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui pelatihan ini memiliki urgensi yang tinggi, mengingat transformasi digital telah menjadi kebutuhan utama bagi UMKM agar mampu mengikuti perkembangan pasar. Program afiliasi tidak hanya relevan sebagai alat pemasaran, tetapi juga menjadi peluang pemberdayaan yang dapat memperkuat kapasitas ekonomi masyarakat (Hamzah et al., 2023). Oleh karena itu, pelatihan ini diharapkan memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan literasi digital serta kemampuan promosi UMKM di Kelurahan Jrebeng Kulon.

2. METODE

Metode pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana pelaku UMKM terlibat secara aktif selama proses pelatihan berlangsung. Berikut diagram alur metode tahapan pelaksanaan kegiatan pelatihan program

afiliasi di Kelurahan Jrebeng Kulon.



Gambar 1. Diagram Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Program Afiliasi.

Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan karakteristik program pemberdayaan masyarakat yang menekankan pada proses belajar bersama dan praktik langsung. Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan utama, yaitu: penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan observasi hasil (Gantina et al., 2025). Pelaksanaan kegiatan dilaksanakan pada 4 September 2025 di Aula Kelurahan Jrebeng Kulon dan diikuti oleh 30 pelaku UMKM. Metode ini dipilih karena mampu memberikan pengalaman belajar yang langsung dapat diterapkan oleh peserta, terutama pada konteks pemasaran digital yang membutuhkan pemahaman praktis (Handiman et al., 2025)

Tahap pertama adalah penyuluhan, yang bertujuan memberikan gambaran dasar mengenai konsep program afiliasi, manfaatnya bagi pemasaran digital, serta peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM. Penyuluhan dilakukan melalui pemaparan materi dan diskusi ringan agar peserta dapat memahami konteks dan tujuan program secara menyeluruh (Prasko et al., 2016).

Tahap berikutnya adalah pelatihan, di mana peserta diperkenalkan secara langsung pada cara kerja program afiliasi melalui demonstrasi penggunaan platform digital. Pada tahap ini, peserta dilatih untuk membuat akun afiliasi, memilih produk yang relevan, serta memahami mekanisme komisi. Pelatihan dilakukan menggunakan metode praktik langsung agar peserta

dapat terbiasa dengan proses yang ada (Resinando & Khoirotunnisa, 2025).

Setelah peserta memahami dasar penggunaan program afiliasi, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan. Tahap ini bertujuan membantu peserta mencoba menerapkan langkah-langkah afiliasi secara mandiri. Pendampingan dilakukan secara intensif dengan membimbing peserta ketika menghadapi kendala teknis, seperti kesulitan mendaftar, memilih produk, atau memahami fitur promosi (Kadarsih Kadarsih et al., 2024).

Tahap terakhir adalah observasi dampak awal, yaitu melakukan pengamatan terhadap pemahaman dan perubahan kompetensi peserta setelah mengikuti pelatihan. Observasi dilakukan melalui diskusi, tanya jawab, serta penilaian kemampuan peserta dalam mengoperasikan fitur afiliasi. Observasi ini diperlukan untuk mengetahui sejauh mana pelatihan memberikan peningkatan kompetensi pemasaran digital bagi UMKM (Laia et al., 2024).

3. HASIL

Pelaksanaan pelatihan program afiliasi pada 4 September 2025 memberikan gambaran yang cukup jelas tentang kondisi kemampuan digital para pelaku UMKM di Kelurahan Jrebeng Kulon.

Pada tahap awal, sebagian besar peserta masih berada pada tingkat pemahaman dasar yang sangat minim. Dari total 30 peserta, sebanyak 25 orang belum mengenal sama sekali apa itu program afiliasi, bagaimana cara kerjanya, maupun bagaimana potensi sistem ini dapat dimanfaatkan untuk pemasaran produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi digital di kalangan UMKM masih perlu ditingkatkan, terutama dalam aspek pemasaran berbasis teknologi. Hasil ini sejalan dengan temuan (Sifwah et al., 2024), yang menyatakan bahwa kesenjangan digital masih menjadi salah satu hambatan terbesar bagi UMKM dalam melakukan adaptasi terhadap pemasaran online.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perubahan kompetensi sebelum dan sesudah pelatihan, berikut ditampilkan tabel hasil pengamatan kegiatan:

Tabel 1. Hasil Pengamatan Kegiatan.

Level Kompetensi	Keterangan	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
1	Belum Memahami Program Afiliasi	25	0
2	Sudah Paham program afiliasi	3	2
3	Sudah bisa daftar akun Program Afiliasi	1	5
4	Sudah bisa Pilih Produk, memahami	1	23

Hasil rekap data tersebut memperlihatkan perubahan signifikan setelah pelatihan berlangsung. Yang paling mencolok adalah meningkatnya jumlah peserta pada Level 4, dari hanya satu peserta sebelum pelatihan, menjadi 23 peserta setelah pelatihan selesai. Lonjakan ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta bukan hanya memahami konsep afiliasi, tetapi juga mampu mempraktikkan tahapan teknis seperti membuat akun, memilih produk, hingga membuat tautan afiliasi. Hal ini membuktikan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung dan pendampingan yang digunakan dalam kegiatan ini cukup efektif dalam membantu peserta menguasai keterampilan baru.

4. DISKUSI

Peningkatan dari hasil pengamatan kegiatan tersebut juga memperlihatkan bahwa hambatan utama peserta sebenarnya bukan pada kemampuan, tetapi pada kurangnya kesempatan untuk belajar dan mendapatkan pendampingan. Setelah diberikan contoh langsung, bimbingan bertahap, serta kesempatan mencoba sendiri, peserta menjadi jauh lebih percaya diri untuk memanfaatkan platform afiliasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Riyanto et al., 2025) yang menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik nyata lebih berhasil dalam meningkatkan literasi digital UMKM dibandingkan metode ceramah atau penyampaian teori saja.

Selain peningkatan dalam keterampilan teknis, pelatihan ini juga memberikan perubahan pada cara pandang peserta terhadap pemasaran digital. Banyak peserta mengaku baru memahami bahwa program afiliasi dapat menjadi sarana promosi tambahan tanpa memerlukan biaya besar. Mereka juga menyadari bahwa strategi ini sangat relevan dengan keterbatasan modal yang dimiliki oleh pelaku UMKM. Hal ini selaras dengan penelitian (Asrah et al., 2024), yang menyebutkan bahwa pemasaran digital memberi peluang bagi usaha kecil untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah.

Dari sudut pandang pemberdayaan masyarakat, kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di tingkat kelurahan sebenarnya memiliki potensi adaptasi yang cepat terhadap teknologi digital, asalkan diberikan pendampingan yang sesuai. Pelatihan seperti ini membantu mempersempit kesenjangan literasi digital dan membuka peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing. (Rachmawati et al., 2023) dan (Awaluddin et al., 2025) dalam penelitiannya juga menekankan bahwa pelatihan berbasis teknologi menjadi salah satu cara paling efektif dalam mempersiapkan UMKM menghadapi perkembangan ekonomi digital.

Secara keseluruhan, pelatihan program afiliasi ini memberikan dampak positif yang nyata bagi peningkatan kompetensi pemasaran digital UMKM di Kelurahan Jrebeng Kulon. Peserta tidak hanya memahami konsep baru, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan teknis yang sebelumnya belum mereka kuasai. Dengan peningkatan tersebut, UMKM memiliki peluang lebih besar untuk mengembangkan pemasaran secara online dan memperluas jangkauan usaha mereka.



Gambar 2. Brosur Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Program Afiliasi.



Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Program Afiliasi.

5. KESIMPULAN

Pelatihan program afiliasi yang dilaksanakan di Kelurahan Jrebeng Kulon memberikan dampak nyata bagi peningkatan kompetensi pemasaran digital para pelaku UMKM. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta belum memahami konsep dasar afiliasi dan belum mampu memanfaatkan platform digital sebagai sarana pemasaran. Setelah mengikuti rangkaian penyuluhan, praktik, dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan yang

cukup signifikan. Sebagian besar peserta tidak hanya memahami cara kerja afiliasi, tetapi juga mampu membuat akun, memilih produk, memahami sistem komisi, hingga menautkan link afiliasi secara mandiri.

Perubahan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dan pendampingan sangat efektif dalam membantu UMKM beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil menumbuhkan kepercayaan diri peserta untuk mencoba strategi pemasaran baru yang sebelumnya belum mereka kenal. Dengan meningkatnya literasi digital dan keterampilan teknis tersebut, pelaku UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan melalui platform digital.

Secara keseluruhan, pelatihan ini membuktikan bahwa pemberdayaan berbasis teknologi dapat menjadi langkah strategis dalam mendukung perkembangan UMKM di tingkat kelurahan. Kegiatan semacam ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk terus berkembang dan beradaptasi di tengah persaingan bisnis yang semakin digital. Pelatihan program afiliasi ini diharapkan menjadi awal dari pemanfaatan strategi pemasaran digital yang lebih luas dan berkelanjutan bagi pelaku UMKM di Kelurahan Jebeng Kulon.

PENGAKUAN/UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada Kelurahan Jebeng Kulon atas dukungan dan kesempatan yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan pelatihan program afiliasi. Kehadiran serta bantuan dari perangkat kelurahan sangat membantu kelancaran kegiatan, mulai dari penyediaan fasilitas hingga pendampingan selama proses berlangsung. Penulis juga menghargai antusiasme para pelaku UMKM yang terlibat dan bersedia meluangkan waktu untuk mengikuti setiap tahap pelatihan. Kerja sama yang baik dari seluruh pihak inilah yang membuat kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat nyata bagi peserta maupun lingkungan sekitar.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, R., & Salama, S. C. U. (2023). Pemanfaatan digital marketing pada UMKM di Jawa Timur. *Abdimas Galuh*, 5(1), 669. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.10004>
- Asrah, B., Lubis, H. S., Tarisa, C., & Nurwani, N. (2024). Optimalisasi strategi digital marketing untuk perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 215–224. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>
- Awaluddin, S. P., Saidy, E. N., Imran, U. D., & Amijaya, L. O. (2025). Pemberdayaan SDM

- UMKM dalam menghadapi era ekonomi digital melalui pelatihan digital marketing dan pemanfaatan aplikasi POS di Kabupaten Gowa. 5(2), 724–731. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i2.2509>
- Gantina, D., Lintangkawuryan, Y., Setiawan, C., Baihaqi, A. M., & Hanafi, M. I. (2025). Peningkatan kapasitas promosi digital dan layanan wisatawan melalui kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Wisata Cibuntu, Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 7(1). <https://doi.org/10.30647/jpp.v7i1.1904>
- Hamzah, M. W., Mulyana, A., & Faisal, Y. A. (2023). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui affiliate marketing dan peningkatan pendapatan afiliator. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3241. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2635>
- Handiman, U. T., Yuliati, Y., Adam, D., & Cahya, W. A. (2025). Pemberdayaan masyarakat pedesaan melalui pemasaran digital: Pelatihan keterlibatan masyarakat di Desa Cipeundeuy, Purwakarta. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.52250/p3m.v10i1.1012>
- Kadarsih, K., Pujiyanto, D., & Safaruddin, S. (2024). Pelatihan menghasilkan uang secara online dengan bisnis afiliasi untuk siswa magang SMK di Kampus Universitas Mahakarya Asia. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat*, 2(1), 252–261. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v2i1.774>
- Laia, A., Lase, D., Waruwu, S., & Buulolo, N. A. (2024). Evaluasi pelatihan keterampilan di Kantor Dinas Perindustrian dan Koperasi Usaha Kecil Menengah Kota Gunungsitoli. *Tuhenori: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 31–34. <https://doi.org/10.62138/tuhenori.v2i1.41>
- Miranti, J. (2025). Strategi digital marketing untuk meningkatkan penjualan UMKM melon golden dari Kota Cilegon melalui penguatan SDM dan ekspansi bisnis internasional. *Journal of Management and Social Sciences*, 4(1), 65–77. <https://doi.org/10.55606/jimas.v4i1.1732>
- Prasko, P., Santoso, B., & Sutomo, B. (2016). Penyuluhan metode audio visual dan demonstrasi terhadap pengetahuan menyikat gigi pada anak sekolah dasar. *Jurnal Kesehatan Gigi*, 3(2), 53–57. <https://doi.org/10.31983/jkg.v3i2.1784>
- Rachmawati, D. W., Khasanah, U., Benned, M., & Susanto, Y. (2023). Pelatihan pengelolaan SDM di era digital pada UMKM binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil. *SABAJAYA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(4), 242–247. <https://doi.org/10.59561/sabajaya.v1i4.168>
- Resinando, A., & Khoirotunnisa, F. (2025). Optimalisasi edukasi Agensi Asik Creative dalam affiliate marketing untuk daya saing UMKM digital. *Al-Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 85–92. <https://doi.org/10.56013/jak.v5i1.3762>
- Rivai, A., Hou, A., Harefa, M. H., Susanto, A., & Razaq, M. R. (2025). Pengaruh sumber daya manusia, inovasi teknologi digital, dan strategi pemasaran terhadap pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah Medan Utara. *Jurnal Administrasi Kantor*, 13(1), 57. <https://doi.org/10.51211/jak.v13i1.3406>
- Riyanto, A., Prayudi, D., Rahayu, Y., Putri, R. S. M., & Fitriyani, R. (2025). Edukasi digital marketing sebagai upaya pemberdayaan UMKM membangun merek yang tangguh di ekosistem lokal. *Jurnal Abdimas Teknologi Informatika dan Komputer*, 2(2), 63–73. <https://doi.org/10.31294/jatik.v2i2.9334>
- Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>