

**KELOMPOK 48 KKNT  
SDGS BELA NEGARA**



# MODUL KEGIATAN

**PENGABDIAN MASYARAKAT**

**2025**

Membangun Ekonomi  
Kreatif Melalui Program  
TikTok Affiliate di RW 03  
Kelurahan Manyar  
Sabrangan Kota  
Surabaya



**MODUL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

**MEMBANGUN EKONOMI KREATIF MELALUI  
PROGRAM TIKTOK AFFILIATE DI RW 03 KELURAHAN  
MANYAR SABRANGAN KOTA SURABAYA**



**Oleh:**

**R. AYU FIRDAUSI NOVIRA R, S.T., M.DS.**

**NIDN. 212 19861128 255**

- |  |                      |
|--|----------------------|
| <b>1. ADITYA DWI AFANDI</b>              | <b>(22052010003)</b> |
| <b>2. AMELIA PUTRIA PRASETYA</b>         | <b>(22043010153)</b> |
| <b>3. ANNISA INKA MAULIDINI PRIYANTO</b> | <b>(22042010304)</b> |
| <b>4. AULYA DIFTA YASAH</b>              | <b>(22042010058)</b> |
| <b>5. BIMA KAKA BANI ADAM</b>            | <b>(22082010007)</b> |
| <b>6. DANI SYSNANDA CAHYA PUTRA</b>      | <b>(22042010017)</b> |
| <b>7. DHINA MARSHANDA TRIAYU</b>         | <b>(22025010249)</b> |
| <b>8. ANGGI INTAN PANGESTUTI</b>         | <b>(22025010096)</b> |
| <b>9. DWITA DIAJENG SYAWALIAH</b>        | <b>(22013010227)</b> |
| <b>10. FAJAR RIZMA PUTRA</b>             | <b>(22012010054)</b> |

**KELOMPOK 48 KKNT SDGS BELA NEGARA  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR  
SURABAYA  
2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Modul : Membangun Ekonomi Kreatif Melalui Program Tiktok Affiliate di RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan Kota Surabaya
2. Pemanfaatan Ipteks : Pemanfaatan teknologi digital melalui *platform* TikTok Affiliate
3. Nama Dosen Pembimbing Lapangan
  - a. Nama Lengkap : R. Ayu Firdausi Novira R, S.T., M.Ds.
  - b. NIDN : 212 19861128 255
  - c. Jabatan Fungsional : Kepala Lab. Mebel dan Material
  - d. Program Studi : Desain Interior
  - e. Nomor HP : +62 822-3305-0030
  - f. Alamat e-mail : [ayu.firdausi.di@upnjatim.ac.id](mailto:ayu.firdausi.di@upnjatim.ac.id)
  - g. Perguruan Tinggi : Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Lokasi Kegiatan : Kelurahan Manyar Sabrangan, Kota Surabaya
5. Anggota :
  1. Nama Lengkap : Aditya Dwi Afandi  
Npm : 22052010003  
Prodi : Desain Komunikasi Visual
  2. Nama Lengkap : Anggi Intan Pangestuti  
Npm : 22025010096  
Prodi : Agroteknologi
  3. Nama Lengkap : Amelia Putria Prasetya  
Npm : 22043010153  
Prodi : Ilmu Komunikasi
  4. Nama Lengkap : Annisa Inka Maulidini Priyanto

- Npm : 22042010304  
Prodi : Administrasi Bisnis
5. Nama Lengkap : Aulya Difta Yasah  
Npm : 22042010058  
Prodi : Administrasi Bisnis
6. Nama Lengkap : Bima Kaka Bani Adam  
Npm : 22082010007  
Prodi : Sistem Informasi
7. Nama Lengkap : Dani Sysnanda Cahya Putra  
Npm : 22042010017  
Prodi : Administrasi Bisnis
8. Nama Lengkap : Dhina Marshanda Triayu  
Npm : 22025010249  
Prodi : Agroteknologi
9. Nama Lengkap : Dwita Diajeng Syawaliah  
Npm : 22013010227  
Prodi : Akuntansi
10. Nama Lengkap : Fajar Rizma Putra  
Npm : 22012010054  
Prodi : Manajemen

Surabaya, 17 Juli 2025

Menyetujui DPL

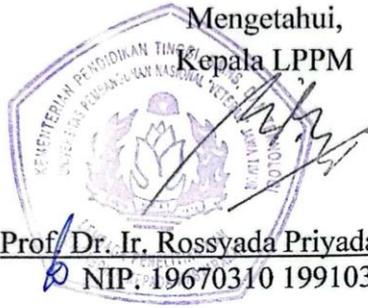
Ketua Kelompok



R. Ayu Firdausi Novira R. S.T., M.Ds.  
NIP. 212 19861128 255

Achmad Derajat Waskito  
NPM. 22043010245

Mengetahui,  
Kepala LPPM



Prof/Dr. Ir. Rosyada Priyadarshini, M.P.  
NIP. 19670310 199103 2001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat serta bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyusun modul dengan judul “Membangun Ekonomi Kreatif Melalui Program Tiktok Affiliate di RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan Kota Surabaya”. Modul ini disusun sebagai bentuk kepedulian terhadap pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi awal, banyak ibu rumah tangga yang aktif menggunakan media sosial namun belum mengetahui bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sumber penghasilan tambahan. Hal ini menjadi latar belakang pentingnya pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini.

Sasaran utama dari kegiatan ini adalah ibu rumah tangga yang memiliki minat untuk belajar, berwirausaha, dan memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah sosialisasi interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung mengenai cara mendaftar sebagai affiliate, memilih produk, hingga membuat konten yang sesuai dengan karakteristik TikTok. Semoga kehadiran modul ini memberikan manfaat nyata dan mendorong terwujudnya kemandirian ekonomi rumah tangga melalui pemanfaatan teknologi digital secara bijak dan produktif.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moral maupun materil. Adapun pihak-pihak yang tentunya tidak lupa penulis ucapkan banyak terima kasih, antara lain kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur,

2. Prof. Dr. Ir. Rosyda Priyadarshini, M.P. selaku Kepala LPPM UPN “Veteran” Jawa Timur,
3. Lurah Manyar Sabrangan, Sekretaris Kelurahan Manyar Sabrangan, serta Seluruh Perangkat Kelurahan Manyar Sabrangan Kota Surabaya,
4. Ketua RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan Kota Surabaya.
5. Warga kelurahan Manyar Sabrangan Kota Surabaya, dan
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa modul ini masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga modul ini bermanfaat bagi seluruh masyarakat, khususnya warga Kelurahan Manyar Sabrangan dan mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur.

Surabaya, 17 Juli 2025

R. Ayu Firdausi Novira R, S.T., M.Ds.  
NIP. 212 19861128 255

## DAFTAR ISI

SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
1. PENDAHULUAN .....	1
2. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	3
2.1. Ekonomi Kreatif.....	3
2.2. <i>Affiliate Marketing</i> .....	4
2.3. Sosialisasi dan Pelatihan TikTok Affiliate.....	5
2.4. Pendampingan dan Evaluasi.....	8
2.5. Syarat Daftar TikTok Affiliate .....	9
2.6. Partisipasi dan Antusiasme Warga .....	9
2.7. Tantangan yang Dihadapi.....	12
2.8. Potensi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas .....	15
3. PENUTUP .....	18
3.1. Kesimpulan.....	18
3.2. Saran.....	20
4. DAFTAR PUSTAKA.....	22
LAMPIRAN.....	23

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> 8 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2025 .....	2
<b>Gambar 2.</b> Lokasi Pelaksanaan.....	24
<b>Gambar 3.</b> Sosialisasi Program TikTok Affiliate oleh Pemateri.	25
<b>Gambar 4.</b> Penyerahan Sertifikat Kepada Pemateri .....	25
<b>Gambar 5.</b> Penyerahan Hadiah.....	26
<b>Gambar 6.</b> Foto Bersama.....	26

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Syarat Daftar TikTok Affiliate .....	9
--	---

# **MEMBANGUN EKONOMI KREATIF MELALUI PROGRAM TIKTOK AFFILIATE DI RW 03 KELURAHAN MANYAR SABRANGAN KOTA SURABAYA**

R. Ayu Firdausi Novira R<sup>1</sup>, Aditya Dwi Afandi<sup>2</sup>, Albi Akhsanul Hakim<sup>3</sup>, Amelia Putria Prasetya<sup>4</sup>, Annisa Inka Maulidini Priyanto<sup>5</sup>, Aulya Difta Yasah<sup>6</sup>, Bima Kaka Bani Adam<sup>7</sup>, Dani Sysnanda Cahya Putra<sup>8</sup>, Dhina Marshanda Triayu<sup>9</sup>, Dwita Diajeng Syawaliah<sup>10</sup>, Fajar Rizma Putra<sup>11</sup>

e-mail: [ayu.firdausi.di@upnjatim.ac.id](mailto:ayu.firdausi.di@upnjatim.ac.id)

## **1. PENDAHULUAN**

Media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi, dan berkomunikasi tanpa batasan waktu atau ruang. Media sosial juga digunakan untuk menciptakan konten media yang tidak terikat oleh waktu dan ruang. Media sosial kini semakin sering digunakan untuk tujuan profesional maupun pribadi setiap hari. Pada masa modern, penjualan telah berkembang untuk mencakup penjualan online melalui platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp, serta penjualan di pasar tradisional dan pameran. Periode kontemporer juga menggunakan platform penjualan online seperti Shopee, Tokopedia, dan lainnya untuk berbelanja online. Penggunaan TikTok sebagai alat penjualan saat ini sedang booming. TikTok adalah platform media sosial dan video musik yang berasal dari China.

TikTok menawarkan banyak kemampuan periklanan dan dapat berubah menjadi ekosistem yang ramah bisnis, yang semuanya memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan dunia digital.

TikTok kini dikategorikan sebagai platform perdagangan sosial, yang digunakan sebagai platform simultan untuk membeli dan menjual barang serta berinteraksi di media sosial. Melalui komisi dan kreativitas, program afiliasi TikTok dapat menghubungkan pembuat konten dengan pengecer. Inisiatif ini menawarkan produsen saluran penjualan baru serta cara untuk menghasilkan pendapatan. Program afiliasi untuk pedagang memungkinkan mereka bekerja sama dengan kreator untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan. Dengan memanfaatkan komunitas penggemar, aplikasi ini dapat memberikan opsi bagi kreator untuk menghasilkan pendapatan lebih banyak. Skema TikTok ini dapat menawarkan kreator berbagai sumber pendapatan dari penjualan yang dihasilkan, sama seperti hubungan afiliasi lainnya. Secara sederhana, produsen konten akan membuat dan mengunggah video di TikTok yang menampilkan iklan produk, beserta tautan unik atau URL produk, untuk menerima komisi secara otomatis dengan persentase tertentu dari penjualan. Hal ini ditandai dengan ikon keranjang kuning di video TikTok (Kwan, 2023).



**Gambar 1. 8 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia 2025**  
(Sumber: inilah.com)

Masyarakat RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan, Kota Surabaya, memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif, terutama bagi ibu rumah tangga, pemuda, dan pelaku UMKM. Namun, masih banyak warga yang belum memahami bagaimana memanfaatkan teknologi digital untuk peningkatan ekonomi. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan TikTok Affiliate sebagai sarana membangun ekonomi kreatif warga RW 03.

## **2. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **2.1. Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif sudah termasuk di dalamnya aspek inovasi ide menjadi produk-produk yang kreatif dan inovatif. Ekonomi Kreatif menekankan aspek eksplorasi dan eksploitasi ide yang akan membawa kinerja ekonomi dan sosial (inovasi). Pada gilirannya, perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi telah mengubah pola-pola kehidupan ekonomi masyarakat secara global dalam berbagai bidang, seperti pola produksi, pola distribusi dan pola konsumsi. Perubahan pola produksi dan distribusi telah mendorong perubahan pola kebutuhan dan pola konsumsi masyarakat. Perubahan pola-pola tersebut dipengaruhi oleh terciptanya produk-produk baru. Pola-pola ekonomi yang terus berubah, inovasi teknologi dan kreativitas ilmu pengetahuan juga telah menggeser orientasi ekonomi, dari ekonomi pertanian, ke ekonomi industri, kemudian ke ekonomi informasi dan akhirnya ke ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh

para entrepreneur (wirausaha), yaitu orang yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif (Wahyuningsih & Satriani, 2019).

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif. Oleh karena itu, industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut (Kustanti, 2022).

## ***2.2. Affiliate Marketing***

Pemasaran afiliasi adalah strategi pemasaran digital yang digunakan oleh pemilik produk, di mana komisi diberikan kepada individu yang berhasil mempromosikan produk kepada orang lain. Dalam praktiknya, pemasaran afiliasi melibatkan tiga entitas utama: pedagang, afiliasi, dan pelanggan. Pedagang menyediakan produk atau layanan, afiliasi mempromosikannya melalui berbagai saluran seperti blog, media sosial, atau pemasaran email, dan pelanggan berpartisipasi dengan melakukan pembelian atau mengambil tindakan yang diinginkan. Hubungan yang kuat antara pemasaran afiliasi di TikTok dan niat pembelian. Konten yang dibuat oleh influencer atau pembuat konten memainkan peran krusial dalam membentuk persepsi positif tentang produk, membangun kepercayaan melalui rekomendasi yang kredibel, dan memanfaatkan umpan balik sosial untuk meningkatkan daya tarik produk. Proses ini menciptakan lingkungan yang mendorong audiens untuk mempertimbangkan melakukan pembelian dengan menggabungkan unsur informasi produk, pengaruh sosial, dan

kredibilitas influencer, sehingga meningkatkan niat pembelian. Strategi ini terus berkembang dengan integrasi teknologi AI dan Web3, memungkinkan personalisasi, keamanan yang ditingkatkan melalui blockchain, dan pembayaran otomatis menggunakan kontrak pintar. Kemajuan ini berkontribusi pada efisiensi dan transparansi yang lebih besar dalam proses pemasaran afiliasi. Selain itu, pemasaran afiliasi adalah proses di mana produk atau layanan dipromosikan dan dijual menggunakan sistem pembagian keuntungan. Sebagian besar program afiliasi ditawarkan oleh bisnis di sektor *e-commerce*. Secara keseluruhan, pemasaran afiliasi melibatkan promosi produk dari individu atau perusahaan lain sebagai imbalan atas komisi yang diperoleh ketika pembelian dilakukan melalui rujukan. Sistem ini bekerja dengan mengarahkan pengunjung ke situs web menggunakan tautan khusus yang disediakan oleh pedagang. Semakin banyak orang yang meninjau produk, semakin tinggi kemungkinan peningkatan penjualan, sehingga strategi ini populer di kalangan grosir karena efisiensinya dalam mengurangi biaya iklan dan dampaknya yang signifikan terhadap volume penjualan (Azmi et al., 2025).

### **2.3.Sosialisasi dan Pelatihan TikTok Affiliate**

Sosialisasi dan pelatihan merupakan inti dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan. Tahapan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer ilmu dan keterampilan teknis kepada warga, tetapi juga menjadi momentum penting dalam membangkitkan kesadaran kolektif tentang potensi besar dari ekonomi kreatif digital, khususnya melalui platform TikTok Affiliate. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini dirancang agar dapat menjangkau peserta dari berbagai latar belakang usia, pendidikan, dan

pengalaman digital, dengan pendekatan yang komunikatif, partisipatif, dan aplikatif.

Sosialisasi dan pelatihan dilaksanakan di balai RW setempat selama satu hari dari jam 13.30–15.30 WIB, terbagi dalam beberapa sesi tematik. Materi dirancang secara terstruktur, mulai dari pemahaman konseptual hingga praktik langsung. Pada sesi pembukaan, pemateri menjelaskan terlebih dahulu latar belakang dan urgensi pengembangan ekonomi kreatif di era digital. Disampaikan bahwa Indonesia memiliki populasi pengguna media sosial yang sangat besar, termasuk TikTok, dan platform ini kini tidak hanya menjadi tempat hiburan, tetapi juga ladang penghasilan yang sangat potensial. Salah satunya adalah melalui program TikTok Affiliate, yakni sistem yang memungkinkan seseorang mendapatkan komisi dengan cara mempromosikan produk dari pihak lain.

Setelah pengantar konsep disampaikan, peserta diperkenalkan dengan istilah-istilah dasar seperti "affiliator", "komisi", "etalase", "keranjang kuning", "link afiliasi", dan sebagainya. Penjelasan disampaikan dengan bahasa yang sederhana, kontekstual, dan dilengkapi contoh nyata agar mudah dipahami. Misalnya, saat menjelaskan tentang sistem komisi, pemateri memberikan simulasi: “Jika ibu mempromosikan wajan seharga Rp100.000 dan mendapat komisi 15%, maka dari satu pembelian saja, ibu sudah mendapatkan Rp15.000. Bayangkan kalau ada 10 orang beli setelah nonton video ibu?”

Sesi berikutnya memasuki tahap teknis, di mana peserta diajak untuk mendaftar sebagai TikTok Affiliate secara langsung melalui *smartphone* masing-masing. Tim pendamping membimbing langkah-langkah mulai dari membuka aplikasi, masuk ke fitur "*Creator Tools*", hingga mendaftarkan akun sebagai kreator

affiliate. Sebagian peserta yang belum memiliki akun TikTok diajari cara membuat akun baru, termasuk bagaimana membuat username yang mudah dikenali dan bio profil yang menggambarkan minat atau niche mereka.

Setelah akun affiliate aktif, peserta diajak untuk menjelajah TikTok Shop dan memilih produk yang sesuai dengan minat mereka. Produk-produk yang populer di kalangan ibu rumah tangga seperti alat masak, kebutuhan dapur, produk fashion sederhana, hingga skincare menjadi pilihan utama. Peserta belajar menambahkan produk ke keranjang kuning (*yellow cart*) dan menampilkan etalase produk di halaman profil mereka. Pada sesi ini, peserta juga dikenalkan dengan fitur analitik dasar untuk melihat jumlah klik dan estimasi pendapatan dari setiap produk yang dibagikan.

Pelatihan ditutup dengan evaluasi singkat berupa kuis dan tanya jawab terbuka. Peserta menyampaikan berbagai pertanyaan lanjutan, mulai dari cara menarik saldo komisi, tips membuat konten yang menarik, hingga strategi memilih produk yang banyak dicari. Dari keseluruhan pelaksanaan pelatihan, dapat dilihat bahwa metode pendekatan yang aplikatif dan partisipatif sangat efektif untuk meningkatkan keterlibatan warga. Dengan membiarkan peserta langsung mencoba, melakukan kesalahan, dan dibimbing secara sabar oleh tim pengabdian, proses pembelajaran menjadi lebih bermakna dan membekas. Warga tidak merasa seperti sedang diberi ceramah, tetapi sedang diajak bersama-sama belajar dan tumbuh.

Pelatihan ini menjadi langkah awal yang penting dalam membangun kepercayaan diri masyarakat terhadap kemampuan mereka di era digital. Mereka kini menyadari bahwa dengan alat sederhana yang ada di tangan mereka sebuah ponsel pintar mereka dapat masuk ke dalam arus ekonomi baru yang tidak memandang

latar belakang pendidikan atau status sosial. TikTok Affiliate menjadi gerbang pembuka menuju ekosistem ekonomi kreatif digital yang inklusif, dan pelatihan ini menjadi fondasi awal yang kuat dalam membentuk kesadaran serta kemampuan digital warga RW 03.

#### **2.4. Pendampingan dan Evaluasi**

Setelah sesi materi, peserta langsung dipandu untuk praktik:

- Membuat akun TikTok atau login ke akun yang sudah dimiliki
- Mendaftar sebagai affiliator melalui fitur “*Creator Tools*”
- Memilih produk yang banyak diminati (alat masak, bumbu dapur, tas wanita, dll.)
- Menambahkan produk ke keranjang kuning atau membagikan link ke media sosial

Pendampingan dilakukan secara personal kepada peserta yang mengalami kesulitan teknis. Tim pengabdian juga memonitor progres peserta selama beberapa hari setelah pelatihan.

Hasilnya:

- 70% peserta berhasil membuat akun affiliator dan mulai membagikan link produk
- Beberapa peserta telah mendapatkan wawasan mengenai komisi dari hasil klik dan pembelian produk
- Warga menunjukkan ketertarikan untuk terus belajar digital marketing

## 2.5.Syarat Daftar TikTok Affiliate

**Tabel 1.** Syarat Daftar TikTok Affiliate

Syarat untuk <i>Creator</i>	Syarat untuk <i>Seller</i> (Penjual)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kreator harus memiliki atau mendaftar akun TikTok Shop untuk dapat mempromosikan produk dan mendapatkan komisi.</li><li>2. Beberapa penjual mensyaratkan jumlah minimum pengikut untuk creator yang ingin bergabung dalam program afiliasi mereka. Misalnya, ada penjual yang mensyaratkan minimal 1.000 pengikut.</li><li>3. Creator diharapkan memiliki akun yang aktif dan konsisten dalam membuat konten dalam 28 hari terakhir, dengan niche atau fokus konten yang jelas.</li><li>4. Minimal berusia 18 tahun.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Penjual harus memiliki akun TikTok Shop yang aktif dan telah diverifikasi untuk dapat berpartisipasi dalam program afiliasi.</li><li>2. Produk yang dijual harus mematuhi kebijakan dan pedoman komunitas TikTok.</li><li>3. Penjual perlu menetapkan besaran komisi yang akan diberikan kepada creator yang mempromosikan produk mereka.</li></ol>

## 2.6.Partisipasi dan Antusiasme Warga

Partisipasi dan antusiasme warga RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan respons yang sangat positif dan melampaui ekspektasi awal tim pelaksana. Sejak awal proses sosialisasi kegiatan, baik melalui undangan langsung maupun komunikasi melalui grup WhatsApp RW, warga menunjukkan minat yang tinggi untuk mengikuti pelatihan. Hal ini terlihat dari jumlah peserta yang melebihi target, yaitu sebanyak 20 orang yang merupakan ibu rumah tangga.

Para peserta hadir dengan motivasi yang beragam. Sebagian besar ibu rumah tangga yang hadir menyampaikan bahwa mereka tertarik untuk mengikuti pelatihan karena melihat peluang untuk mendapatkan penghasilan tambahan dari rumah. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri karena mereka tidak harus meninggalkan tanggung jawab domestik namun tetap dapat berkontribusi dalam ekonomi keluarga.

Suasana pelatihan berlangsung sangat interaktif dan dinamis. Para peserta aktif bertanya, mencatat poin-poin penting, dan terlibat langsung dalam praktik pembuatan akun TikTok Affiliate. Antusiasme mereka terlihat jelas ketika sesi praktik dimulai, terutama pada saat mereka diarahkan untuk memilih produk favorit dari TikTok Shop dan menambahkannya ke keranjang kuning atau etalase profil. Beberapa peserta bahkan langsung mempromosikan tautan afiliasi ke dalam grup WhatsApp keluarga dan arisan yang mereka ikuti, membuktikan bahwa mereka tidak hanya memahami teori, tetapi juga siap untuk mengimplementasikannya secara langsung.

Kehadiran pemateri yang menyampaikan materi dengan bahasa yang sederhana dan kontekstual turut meningkatkan keterlibatan peserta. Materi yang disajikan tidak hanya berisi teori, tetapi juga dikemas dalam bentuk storytelling dan studi kasus nyata dari creator TikTok yang berhasil mendapatkan penghasilan dari affiliate. Ini menjadi pemantik semangat tersendiri, karena peserta merasa bahwa kesuksesan di dunia digital bukan hanya milik kalangan selebritas atau content creator profesional, tetapi juga dapat diraih oleh siapa pun, termasuk mereka yang berasal dari lingkungan perkampungan kota seperti RW 03.

Yang menarik, antusiasme ini juga ditunjukkan melalui sikap proaktif peserta dalam membantu satu sama lain. Beberapa peserta

yang lebih mahir dalam menggunakan teknologi dengan sigap membantu peserta lain yang kesulitan saat registrasi atau pengaturan akun. Nuansa gotong royong dan saling belajar sangat terasa selama pelatihan berlangsung. Interaksi semacam ini menciptakan suasana pembelajaran yang inklusif, memberdayakan, dan menyenangkan.

Di luar sesi pelatihan, antusiasme peserta tidak surut. Sejumlah peserta tetap berkomunikasi dengan tim pengabdian melalui grup WhatsApp dan bertanya lanjutan mengenai teknik membuat konten, penggunaan hashtag, hingga cara mengecek statistik klik dan komisi. Ada pula peserta yang mengirimkan tautan video promosi yang mereka buat sendiri untuk mendapatkan masukan dari tim dan rekan peserta lain. Ini menunjukkan bahwa semangat untuk berkembang dan menerapkan ilmu tidak berhenti di ruang pelatihan, tetapi berlanjut secara mandiri dan kolaboratif.

Secara kualitatif, partisipasi aktif dan antusiasme warga ini mencerminkan adanya kebutuhan yang selama ini belum terfasilitasi secara maksimal. Peluang mendapatkan penghasilan dari dunia digital sebenarnya sangat diminati, namun keterbatasan informasi, bimbingan, dan literasi digital menjadi hambatan utama. Dengan adanya kegiatan ini, jembatan antara potensi dan keterampilan berhasil dibangun, memberikan jalan bagi warga untuk ikut serta dalam arus ekonomi kreatif yang tengah berkembang.

Dari hasil observasi dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa warga RW 03 memiliki potensi besar untuk berkembang dalam bidang digital marketing, terutama jika mereka didukung secara berkelanjutan. Tingginya semangat belajar dan keinginan untuk mencoba hal baru menjadi modal utama dalam menciptakan ekosistem ekonomi kreatif berbasis komunitas. Oleh karena itu,

keterlibatan aktif warga dalam kegiatan ini bukan hanya mencerminkan keberhasilan dalam transfer ilmu, tetapi juga merupakan titik awal lahirnya gerakan masyarakat produktif berbasis teknologi yang inklusif, adaptif, dan mandiri.

## **2.7. Tantangan yang Dihadapi**

Dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini, meskipun secara umum kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapatkan respons yang sangat baik dari warga, terdapat sejumlah tantangan yang cukup signifikan dan perlu dicatat sebagai bahan evaluasi untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Tantangan-tantangan ini muncul dalam berbagai aspek, baik dari sisi teknis, kultural, hingga psikologis peserta. Kesadaran akan tantangan ini penting untuk merancang strategi pendampingan dan perbaikan program yang lebih inklusif, efisien, dan berkelanjutan.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital sebagian peserta. Walaupun sebagian besar warga telah menggunakan *smartphone* dan media sosial, namun penggunaan teknologi masih sebatas fungsi dasar seperti menelepon, berkirim pesan, dan sesekali menonton video. Ketika masuk ke tahap teknis seperti mendaftar TikTok Affiliate, mengatur etalase, atau menambahkan produk ke keranjang kuning, banyak peserta mengalami kebingungan. Beberapa bahkan tidak terbiasa dengan navigasi aplikasi TikTok yang terus mengalami pembaruan, sehingga perlu waktu lebih untuk memahami alur kerja platform. Hal ini menyebabkan durasi pelatihan yang semula dirancang menjadi molor, karena sebagian peserta memerlukan bimbingan satu per satu secara intensif.

Tantangan berikutnya berkaitan dengan koneksi internet dan perangkat yang digunakan. Meskipun mayoritas peserta memiliki

*smartphone*, kualitas perangkat yang digunakan sangat beragam, mulai dari ponsel keluaran terbaru hingga ponsel dengan sistem operasi lama yang kinerjanya lambat. Beberapa peserta mengalami kesulitan mengakses fitur tertentu karena spesifikasi ponsel yang tidak mendukung. Selain itu, jaringan internet di wilayah RW 03 belum merata kekuatannya. Beberapa peserta mengeluhkan proses login yang gagal atau proses mengunggah konten yang lambat karena sinyal tidak stabil. Kondisi ini menghambat proses praktik, terutama ketika peserta harus mengakses TikTok Shop atau mengunggah konten video untuk promosi produk.

Aspek lain yang menjadi tantangan adalah kurangnya rasa percaya diri peserta, terutama dalam membuat konten video yang menampilkan diri mereka sendiri. Banyak peserta, terutama ibu rumah tangga dan peserta berusia di atas 40 tahun, merasa malu dan tidak percaya diri untuk tampil di depan kamera. Mereka khawatir tidak tampil menarik, berbicara kurang lancar, atau takut mendapat komentar negatif dari orang lain. Rasa tidak percaya diri ini menghambat proses kreatif peserta dan membuat mereka ragu untuk memproduksi konten meskipun mereka sudah memahami cara teknisnya. Hal ini menunjukkan bahwa tantangan bukan hanya soal kemampuan teknis, tetapi juga menyangkut aspek psikologis dan budaya.

Selain itu, masih ada anggapan skeptis terhadap potensi penghasilan dari program affiliate. Beberapa peserta menanyakan secara langsung apakah benar-benar ada orang yang membeli produk dari link yang mereka bagikan dan apakah komisi benar-benar dibayarkan. Skeptisisme ini wajar, mengingat sebagian besar peserta belum pernah terlibat dalam sistem komisi digital atau pemasaran afiliasi. Minimnya pengalaman dan informasi membuat sebagian warga ragu untuk menekuni program ini secara konsisten.

Akibatnya, meskipun mereka telah mengikuti pelatihan, sebagian tidak melanjutkan praktik di hari-hari berikutnya karena merasa ragu terhadap hasil yang bisa diperoleh.

Tantangan lainnya muncul dari sisi dukungan lingkungan dan keluarga. Dalam beberapa kasus, peserta menyampaikan bahwa mereka tidak mendapat dukungan penuh dari keluarga, terutama pasangan atau anak-anak mereka. Ada anggapan bahwa kegiatan ini hanya membuang waktu atau tidak memberikan hasil nyata. Hal ini mencerminkan bahwa literasi digital dalam konteks ekonomi kreatif masih belum menjadi bagian dari kesadaran kolektif masyarakat secara luas. Untuk itu, perlu adanya pendekatan edukatif yang melibatkan keluarga atau komunitas secara lebih luas agar program ini tidak hanya menjadi aktivitas individu, tetapi menjadi bagian dari gerakan kolektif yang produktif.

Tim pengabdian juga menghadapi tantangan dalam hal durasi dan cakupan materi. Mengingat keterbatasan waktu pelaksanaan, tidak semua materi dapat disampaikan secara mendalam. Misalnya, pembahasan tentang algoritma TikTok, analisis tren konten, hingga strategi promosi lintas platform belum dapat dijelaskan secara menyeluruh. Padahal, aspek-aspek tersebut sangat penting untuk mendorong peserta menjadi affiliator yang lebih profesional dan kompetitif. Beberapa peserta yang memiliki minat lebih lanjut merasa perlu adanya pelatihan lanjutan agar mereka bisa lebih berkembang.

Terakhir, kurangnya dokumentasi dan referensi lokal yang relevan juga menjadi kendala tersendiri. Meskipun sudah banyak panduan TikTok Affiliate secara umum, namun belum tersedia materi atau modul pelatihan yang disesuaikan dengan kondisi dan bahasa masyarakat lokal. Hal ini menyulitkan peserta untuk belajar secara mandiri setelah pelatihan selesai. Oleh karena itu, tim

pelaksana harus menyiapkan materi yang benar-benar sederhana, kontekstual, dan mudah dipahami oleh peserta yang baru mengenal dunia afiliasi digital.

Dari keseluruhan tantangan ini, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh kejelasan materi dan kompetensi fasilitator, tetapi juga sangat tergantung pada kesiapan sosial, psikologis, dan infrastruktur peserta. Program seperti ini membutuhkan pendekatan holistik yang mencakup pelatihan teknis, penguatan motivasi, pengembangan rasa percaya diri, dukungan lingkungan sosial, serta penyediaan sarana pendukung yang memadai. Dengan memahami berbagai tantangan tersebut secara menyeluruh, maka program pengabdian masyarakat di masa depan dapat dirancang dengan lebih adaptif, realistis, dan sesuai dengan kebutuhan riil masyarakat di lapangan.

## **2.8.Potensi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas**

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis komunitas, khususnya melalui pemanfaatan platform digital seperti TikTok Affiliate. Potensi ini tidak hanya terletak pada keberadaan sumber daya manusia yang cukup aktif dan adaptif, tetapi juga pada lingkungan sosial yang mendukung terbentuknya ekosistem ekonomi digital di tingkat komunitas.

Pertama-tama, potensi ini tercermin dari partisipasi warga yang cukup tinggi serta semangat belajar yang luar biasa, terutama di kalangan ibu rumah tangga dan pemuda. Mereka tidak hanya hadir dalam kegiatan pelatihan secara pasif, tetapi aktif berinteraksi,

bertanya, mencoba langsung, bahkan mulai membangun etalase affiliate.

Selain itu, budaya sosial di lingkungan RW 03 yang cenderung kolaboratif dan saling mendukung menjadi landasan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas. Selama pelatihan, terlihat bahwa warga dengan kemampuan digital yang lebih tinggi secara sukarela membantu warga lain yang mengalami kesulitan, menciptakan atmosfer pembelajaran yang gotong-royong dan egaliter. Jika semangat ini terus dijaga, maka akan terbentuk ekosistem yang mendukung pertumbuhan bersama, di mana warga bukan hanya belajar dari tim pelaksana, tetapi juga dari sesama warga.

Potensi komunitas dalam ekonomi kreatif juga terletak pada jejaring sosial yang sudah terbangun secara informal. Banyak ibu-ibu yang tergabung dalam arisan, pengajian, grup WhatsApp keluarga besar, atau kelompok dasawisma. Jejaring ini sangat potensial sebagai saluran distribusi informasi dan promosi produk afiliasi. Alih-alih mengandalkan algoritma TikTok semata, warga bisa memanfaatkan koneksi sosial mereka sebagai audiens awal yang lebih dekat, lebih percaya, dan lebih mudah dipengaruhi oleh rekomendasi dari orang yang mereka kenal secara langsung. Dalam konteks ekonomi kreatif berbasis komunitas, jejaring sosial lokal inilah yang menjadi kekuatan utama yang sering kali tidak dimiliki oleh pelaku ekonomi digital dari luar.

Hal ini membuka peluang kolaborasi dua arah yang sangat penting dalam ekosistem ekonomi kreatif komunitas, yakni antara produsen lokal dan promotor digital dari warga sekitar. Dengan demikian, TikTok Affiliate bukan hanya menjadi sarana untuk memasarkan produk dari *marketplace* besar nasional, tetapi juga dapat diarahkan untuk mempromosikan dan memperluas pasar

produk lokal RW 03, sehingga perputaran ekonomi terjadi di dalam komunitas itu sendiri.

Jika dikelola dengan baik, pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas ini berpotensi mendorong munculnya “influencer lokal” atau “*micro-affiliator*” yang memiliki pengaruh kuat di lingkungannya. Mereka tidak perlu memiliki jutaan pengikut untuk berhasil; cukup memiliki audiens yang loyal, konten yang konsisten, dan produk yang relevan, mereka bisa menjadi agen perubahan ekonomi di level mikro. Dalam jangka panjang, figur-figur ini bisa menjadi inspirasi bagi warga lainnya untuk ikut terlibat, sekaligus menjadi penggerak komunitas dalam membangun ekonomi kreatif yang berbasis nilai-nilai lokal dan kemandirian.

Potensi pengembangan ini juga tidak terbatas pada aspek afiliasi saja. Setelah warga memahami dasar-dasar digital marketing melalui program TikTok Affiliate, mereka bisa diarahkan untuk mengembangkan keterampilan lanjutan seperti pembuatan konten digital, manajemen media sosial, *copywriting*, editing video sederhana, hingga pengelolaan toko online sendiri. Dalam hal ini, TikTok Affiliate berfungsi sebagai pintu gerbang untuk mengenalkan warga pada ekosistem ekonomi digital yang lebih luas. Artinya, pengembangan tidak berhenti di satu program, tetapi dapat terus berkembang dan bercabang sesuai dengan minat dan bakat warga.

Namun, agar potensi ini dapat berkembang secara maksimal, perlu adanya dukungan struktural dan berkelanjutan dari berbagai pihak. Pemerintah kelurahan, pengurus RW, dan mitra institusional seperti perguruan tinggi atau lembaga pemberdayaan masyarakat perlu menyediakan wadah dan sumber daya untuk menjaga semangat warga. Misalnya, dengan membentuk komunitas kreatif

RW, mengadakan pelatihan lanjutan secara periodik, menyediakan ruang produksi konten bersama (*co-working space mini*), atau bahkan memfasilitasi akses internet gratis di balai RW untuk mendukung kegiatan daring warga.

Dalam konteks yang lebih luas, pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas ini juga mendukung agenda pembangunan nasional, khususnya dalam hal transformasi digital, penguatan ekonomi kerakyatan, dan pemberdayaan perempuan. Ketika warga, terutama dari kalangan ibu rumah tangga dan pemuda, memiliki kemandirian ekonomi melalui kegiatan kreatif digital, maka mereka tidak hanya menjadi konsumen teknologi, tetapi juga menjadi produsen nilai dan pelaku ekonomi yang aktif.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan output jangka pendek berupa keterampilan teknis atau penghasilan tambahan, tetapi juga membuka ruang transformasi sosial dan ekonomi di tingkat akar rumput. TikTok Affiliate, dalam hal ini, bukan semata-mata program promosi produk, tetapi telah menjadi titik awal munculnya kesadaran baru di kalangan masyarakat akan pentingnya inovasi, adaptasi, dan kolaborasi dalam membangun masa depan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

### **3. PENUTUP**

#### **3.1. Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang mengusung tema "Membangun Ekonomi Kreatif Melalui Program TikTok Affiliate" di RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan, Kota Surabaya, telah terlaksana dengan lancar dan memberikan hasil yang sangat positif. Program ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh warga sekitar sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan, meskipun sebagian besar dari mereka

adalah pengguna aktif media sosial seperti TikTok. Padahal, perkembangan platform digital saat ini tidak hanya memberikan ruang untuk hiburan semata, namun juga menjadi peluang besar dalam bidang pemasaran, periklanan, dan distribusi produk.

Melalui pelatihan ini, peserta diberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana TikTok Affiliate dapat menjadi alternatif penghasilan yang fleksibel dan mudah dijangkau, terutama oleh kelompok masyarakat seperti ibu rumah tangga, remaja, dan pelaku UMKM. Materi pelatihan dirancang secara praktis dan aplikatif agar mudah dipahami, dengan pendekatan langsung melalui praktik membuat akun, memilih produk, dan membagikan tautan afiliasi ke media sosial.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan antusiasme peserta yang tinggi serta adanya perubahan nyata dalam cara pandang dan tindakan mereka terhadap peluang ekonomi digital. Peserta tidak hanya mampu memahami konsep TikTok Affiliate, tetapi juga mulai mengimplementasikannya secara langsung.

Secara keseluruhan, program ini dapat disimpulkan berhasil dalam memberikan pengetahuan baru, memberdayakan masyarakat, serta memantik semangat warga RW 03 untuk mulai membangun ekonomi kreatif berbasis teknologi digital. Hal ini sejalan dengan visi pengabdian masyarakat, yaitu menciptakan masyarakat yang melek digital, mandiri secara ekonomi, serta mampu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk kesejahteraan bersama.

Lebih dari sekadar pelatihan teknis, kegiatan ini juga membangun rasa percaya diri dan kemandirian pada peserta, serta menciptakan ekosistem digital kecil di tengah masyarakat yang sebelumnya belum mengenal potensi monetisasi dari media sosial. TikTok Affiliate, yang awalnya dianggap hanya sebagai tren, kini

mulai dipandang sebagai peluang nyata untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga, terutama di era pasca-pandemi dan krisis ekonomi yang menuntut kreativitas serta adaptasi.

### **3.2. Saran**

Untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan dari program ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan, baik oleh tim pengabdian, pihak RW/Kelurahan, maupun peserta yang telah mengikuti pelatihan:

#### **1. Pengembangan Komunitas Digital Lokal**

Disarankan agar warga RW 03 membentuk komunitas digital yang berfokus pada pengembangan keterampilan digital marketing, khususnya dalam bidang affiliate. Komunitas ini dapat menjadi wadah untuk saling berbagi pengalaman, saling bantu dalam membuat konten, bertukar tips produk viral, serta memperkuat jejaring promosi antarwarga.

#### **2. Pendampingan Jangka Panjang dan Konsisten**

Agar tidak berhenti setelah pelatihan awal, diperlukan program pendampingan lanjutan secara berkala, baik dalam bentuk pertemuan daring maupun luring. Hal ini penting untuk membantu peserta menghadapi kendala teknis, mengikuti perkembangan algoritma TikTok, dan menyusun strategi konten yang lebih efektif. Pendampingan juga akan meminimalisasi risiko penurunan semangat peserta setelah pelatihan.

#### **3. Pelatihan Lanjutan Berbasis Konten dan Branding**

Program berikutnya dapat difokuskan pada pelatihan pembuatan konten kreatif, teknik storytelling dalam video pendek, personal branding di TikTok, serta analisis performa konten. Dengan konten yang lebih menarik dan konsisten,

peluang untuk mendapatkan komisi dari affiliate akan meningkat signifikan.

4. Kolaborasi dengan Pelaku UMKM Lokal

Warga yang telah menjadi affiliator dapat diajak untuk mempromosikan produk-produk dari UMKM lokal di sekitar Kelurahan Manyar Sabrangan. Hal ini akan menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang saling mendukung dan menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap produk lokal. TikTok Affiliate tidak hanya dimanfaatkan untuk produk dari *marketplace* nasional, tetapi juga bisa diarahkan untuk mendukung produk-produk unggulan daerah.

5. Peran Aktif Pemerintah Kelurahan dan RW

Dukungan dari pihak kelurahan dan pengurus RW sangat penting untuk memperluas cakupan dan keberlanjutan program. Pemerintah setempat dapat memfasilitasi pelatihan serupa untuk RW lain, menyediakan tempat pelatihan, dan membantu mencari narasumber atau mitra pelatihan digital lainnya. Selain itu, insentif bagi warga berprestasi dalam bidang digital marketing juga dapat diberikan untuk menambah motivasi.

6. Evaluasi dan Monitoring Dampak Sosial-Ekonomi

Dibutuhkan mekanisme evaluasi berkala untuk mengukur dampak sosial dan ekonomi dari program ini. Evaluasi tersebut bisa dilakukan melalui survei digital, wawancara, atau studi kasus individu yang berhasil. Dengan data tersebut, tim pengabdian maupun pihak kelurahan bisa memahami sejauh mana program ini berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan warga dan perencanaan kegiatan serupa di masa depan.

Dengan menerapkan saran-saran di atas secara konsisten, program TikTok Affiliate ini dapat berkembang menjadi gerakan ekonomi digital yang berkelanjutan, inklusif, dan relevan bagi

masyarakat. Program ini bukan hanya tentang mengajarkan cara mencari cuan dari rumah, tetapi juga tentang membuka wawasan warga untuk berpikir kreatif, produktif, dan berdaya dalam menghadapi tantangan zaman yang semakin kompleks.

#### 4. DAFTAR PUSTAKA

- Azmi, N., Afriyani, T., & Kurniaty, D. (2025). The Influence of TikTok Affiliate Digital Marketing Strategy on Generation Z Purchase Intentions in Jakarta, Indonesia. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 5(1), 168–184. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v5i1.891>
- Kustanti, R. (2022). Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Jepara. *Jurnal Ekobistek*, 11, 239–244. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.366>
- Kwan, M. C. (2023). The Use of TikTok Affiliate Marketing for e-Commerce and Online Business. *Jurnal Adijaya*, 1(01), 221–228. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 195–205. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172>

# LAMPIRAN

## 1. Surat Kesediaan Kerjasama Mitra

### SURAT PERNYATAAN/KETERANGAN KESEDIAAN BEKERJASAMA MITRA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DWI YANTO  
Jabatan : Ketua RW 03, Manyar Sabrangan  
Instansi Mitra : RW 03 Kelurahan Manyar Sabrangan  
Alamat : Jl. Manyar Sabrangan VIII B No.24, Manyar Sabrangan, Kec.  
Mulyorejo, Surabaya

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerjasama dalam mendukung pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Bela Negara SDGs dari Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dengan judul program:

CERDAS (Cahaya Edukasi dan Aksi Sosial)

Menjadi penggerak perubahan positif di masyarakat melalui aksi nyata yang berkelanjutan dalam bidang pendidikan, pemberdayaan, dan lingkungan.

Adapun sebagai ketua kelompok KKN Bela Negara SDGs adalah :

Nama : Achmad Derajat Waskito  
NPM : 22043010245  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Bersama ini pula kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa di antara Pimpinan Mitra dan Ketua Kelompok KKN BELA NEGARA SDGs tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur paksaan, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 31 Juli 2025

Mengetahui,

Pihak Mitra

Yang membuat pernyataan,

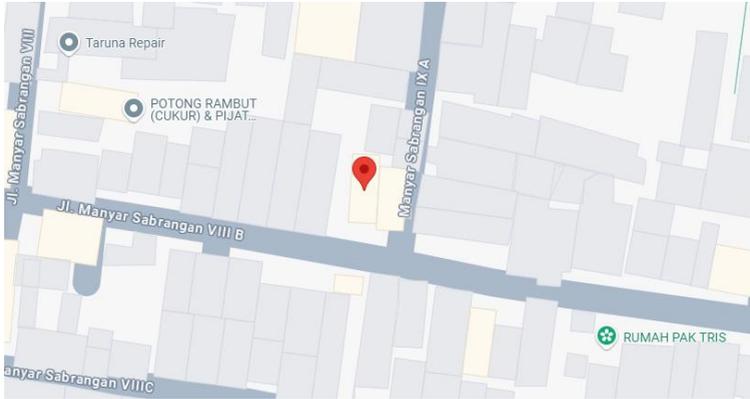


Achmad Derajat Waskito  
(Ketua Kelompok KKN)

2. Lokasi Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat  
Manyar Sabrangan IX A No.8, RT.01RW/RW.03, Manyar Sabrangan, Kec. Mulyorejo, Surabaya, Jawa Timur 60116

Link Gmaps:

<https://maps.app.goo.gl/Am7VJDX1zeXBUtQT7>



**Gambar 2.** Lokasi Pelaksanaan

### 3. Dokumentasi Kegiatan



**Gambar 3.**Sosialisasi Program TikTok Affiliate oleh Pemateri



**Gambar 4.** Penyerahan Sertifikat Kepada Pemateri



**Gambar 5. Penyerahan Hadiah**



**Gambar 6. Foto Bersama**