

PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA UMKM BINAAN KADIN KOTA BANDUNG

Erna Susilawati¹

¹Universitas Komputer Indonesia (Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, universitas Komputer Indonesia,Bandung, Indonesia)
ernasusilawati@email.unikom.ac.id,

Abstract

After Covid -19 pandemic in 2020 many countries face the crisis and now it began to grow slowly. The existence of the internet and increasingly sophisticated technological developments also have a significant impact on the development and growth of the world economy. One of them is social media which is now used not only as a communication tool but also as a promotional tool. Social media is in great demand by people of all ages, making it a very profitable platform for promoting goods/services. The number of followers or viewers on a social media application will have an impact on the number of people who will see advertisements or promotions for the goods/services being marketed. One of the social media applications that is popular at the moment is Tiktok. Initially, this application was only for entertainment, containing hit songs and people dancing. However, now it is starting to be used as a place to promote goods or services, both live and not. This is very popular with the public and people can buy the products or services offered directly while they are live. Of course, this can be very profitable if applied to MSMEs assisted by the Bandung City Chamber of Commerce and Industry, because with minimal capital you will get big profits where your products will soon be known to the general public and can increase sales.

Keywords: Promotion Strategy; Sosial Media; tiktok; MSME's

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi dunia mulai menggeliat pasca Pandemi Covid-19. Keberadaan internet dan perkembangan teknologi yang semakin canggih juga memberikan dampak signifikan pada perkembangan dan pertumbuhan ekonomi dunia. Salah satunya Media sosial yang sekarang dipergunakan bukan hanya sebagai alat komunikasi namun juga dipergunakan sebagai alat promosi. Media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat dari berbagai kalangan usia, menjadikannya sebagai platform yang sangat menguntungkan untuk mempromosikan barang/jasa. Banyaknya follower atau viewer pada salah satu aplikasi media sosial akan berdampak pada banyaknya orang yang akan melihat iklan atau promosi barang/jasa yang dipasarkan. Salah satu aplikasi media sosial yang digandrungi saat ini adalah Tiktok, pada aplikasi ini awalnya hanya sebagai entertainment saja yang berisi lagu-lagu yang hits dan orang-orang menari-nari. Namun sekarang mulai dipakai sebagai ajang promosi barang/jasa baik secara live maupun tidak. Hal ini sangat digemari oleh masyarakat dan masyarakat dapat membeli langsung produk/jasa yang ditawarkan saat sedang live. Tentu saja hal ini dapat sangat menguntungkan jika diterapkan pada UMKM binaan Kadin Kota Bandung, karena dengan modal minim akan mendapatkan keuntungan yang besar dimana produknya akan segera dikenal khalayak ramai serta dapat meningkatkan penjualan.

Kata kunci : Strategi Promosi, Media Sosial; Tiktok; UMKM

Corresponding author : ernasusilawati@email.unikom.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat dan canggih membuat masyarakat juga harus mengikuti perkembangannya agar dapat mengimbangi perkembangan zaman pula, jika tidak maka kita yang akan tergerus dan ketinggalan. Perkembangan teknologi informasi ini juga mencakup di berbagai bidang baik itu ekonomi, politik, social dan budaya. Dalam bidang ekonomi perkembangan teknologi informasi ini diterapkan dalam berbagai bagiannya seperti halnya dimana sekarang banyak bermunculan market-market place baru, start up, promosi secara online, serta pembayaran secara online.

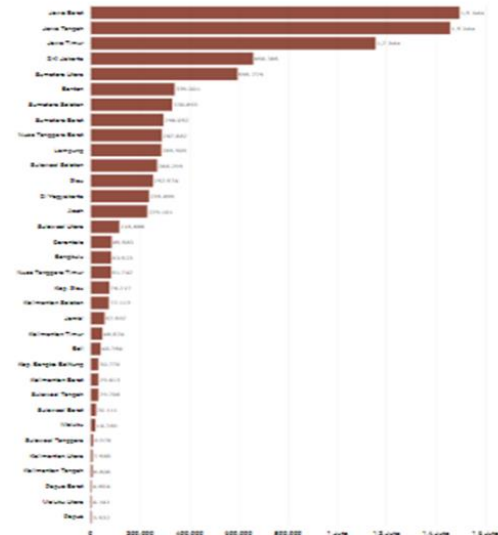
Keberadaan internet yang juga sangat berperan penting dalam perkembangan teknologi informasi membuat bisnis berjalan begitu cepat karena dapat menerobos jarak dan waktu serta dapat memperluas pangsa pasar hingga ke berbagai pelosok di berbagai negara di dunia. Bagaimana tidak, hanya dengan satu klik anda dapat berbelanja barang yang ada inginkan dari berbagai daerah tanpa harus mengunjungi daerah tersebut dan barangnya dapat diantarkan langsung ke rumah anda. Dengan berbelanja online dapat mempersingkat waktu dan tanpa mengeluarkan tenaga yang banyak (effortless).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan.

Pada tahun 2020-2021 yang merupakan awal pandemi covid-19 keadaan UMKM di Indonesia menurun. UNDP dan LPEM UI melakukan survei terhadap 1.180 responden yang merupakan para pelaku UMKM dan hasilnya menunjukkan hasil bahwa pada masa itu lebih dari 48% UMKM mengalami masalah bahan baku, 77% pendapatannya menurun, 88% UMKM mengalami penurunan permintaan produk, dan bahkan 97% UMKM mengalami penurunan nilai aset.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) melaporkan bahwa

Indonesia pada tahun 2022 memiliki total UMKM yaitu 8.71 juta unit usaha.



Gambar 1. Jumlah UMKM Versi Kemenkop UKM (2022)

Daerah di Indonesia yang pertumbuhan UMKM nya mengalami kenaikan dan dengan jumlah UMKM terbanyak yaitu berada di pulau Jawa (urutan pertama Jawa Barat, urutan kedua Jawa Tengah dan selanjutnya Jawa Timur). Dari gambar 1 diatas juga terlihat daerah di Indonesia dengan jumlah UMKM sedikit yaitu diduduki oleh Papua Barat, Maluku Utara dan Papua.

Kita perlu berbangga dengan adanya peningkatan jumlah UMKM di Indonesia serta selama pandemi covid 19 UMKM ini dapat bertahan. Pasca pandemic sekarang ini jumlah UMKM masih harus terus ditingkatkan lagi agar perekonomian Indonesia semakin maju lagi. Untuk itu diperlukan adanya peningkatan skill sumberdaya manusia sebagai penggerak UMKM. Seperti halnya UMKM-UMKM dibawah binaan Kamar Dagang (KADIN) Jawa Barat dimana mereka dapat memproduksi beragam produk seperti kerajinan tangan, fashion, industry kreatif ataupun agro bisnis (pertanian). Namun keberadaan UMKM ini akan terus dapat bertahan dan berkembang jika dapat

mengikuti perkembangan zaman. Beralihnya system ekonomi dari tradisional ke modern atau digital juga berpengaruh terhadap perkembangan keberadaan UMKM ini. Maka dari itu diperlukan adanya peningkatan skill dan pengetahuan para pelaku UMKM agar dapat memasuki sistem ekonomi digital ini. Untuk itu diperlukan adanya pelatihan ekonomi digital khususnya promosi online bagi para pelaku UMKM ini.

UMKM yang ada dalam binaan KADIN Jawa Barat selama ini masih memasarkan produknya secara tradisional dan juga ada Sebagian dari mereka memasarkan produknya melalui market place. Namun dalam hal promosi, hanya sedikit dari UMKM-UMKM tersebut yang menggunakan media social sebagai alat untuk mempromosikan produk-produknya. Keterbatasan pengetahuan menjadi salah satu penyebabnya. Hal tersebut berdampak pada penjualan produknya yang tidak mengalami peningkatan ataupun hanya berjalan ditempat, tidak ada peningkatan yang signifikan. Oleh karena itu diperlukan adanya strategi promosi yang dapat mendorong angka penjualan mereka. Salah satunya dengan promosi secara online dengan memanfaatkan platform media social yang sekarang digandrungi masyarakat salah satunya adalah melalui Aplikasi Tiktok. Dengan menggunakan media social promosi dinilai efektif dan biaya yang dikeluarkan juga relative kecil, karena hanya bermodalkan device smart phone, tablet ataupun laptop yang terkoneksi dengan internet dapat meningkatkan penjualan juga engagement nya dapat mencapai berbagai kalangan dan dapat menarik perhatian khalayak akan keberadaan produk-produk dari UMKM binaan Kadin Kota Bandung.

KAJIAN PUSTAKA

Media Sosial

Pengertian media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam (Chris Brogan, 2010).

Adapun Jenis Media Sosial adalah sebagai berikut:

- 1) Video Sharing merupakan salah satu aplikasi media sosial untuk berbagi video antar

pengguna yang satu dengan pengguna yang lain. Aplikasi ini dinilai sangat efektif dalam menyebarkan informasi ataupun berita terutama program sosial yang dicanangkan pemerintah. Contoh aplikasi berbagi video yang memiliki banyak user yaitu Youtube, Daily Motion serta Vimeo.

- 2) Mikroblog adalah aplikasi media sosial yang dinilai paling mudah digunakan oleh user karena cukup dengan menginstal aplikasinya dan tersambung dengan jaringan internet. Facebook merupakan aplikasi mikroblog yang paling banyak peminatnya setelah itu disusul oleh Twitter dan Tumblr.
- 3) Berbagi jaringan sosial merupakan salah satu aplikasi media sosial yang banyak penggunanya di Indonesia salah satu contohnya yaitu Facebook, Path dan Google Plus.
- 4) Berbagi jaringan profesional adalah sebuah aplikasi media sosial dimana penggunanya merupakan dari akademisi, dosen, mahasiswa, para peneliti, pegawai pemerintah dan pengamat. Contohnya yaitu LinkedIn, Slideshare dan Scribd.
- 5) Berbagi Foto adalah aplikasi media sosial untuk berbagi foto yang banyak menginformasikan dan menyebarkan informasi sosial yang lebih santai namun kadang-kadang banyak mengandung muatan informasi yang aneh, eksotik, lucu kadang juga menyeramkan. Tingginya minat dan pengguna aplikasi ini dinilai lebih efektif untuk menyebarkan program-program pemerintah. Contoh aplikasi yang terkenal dan digandrungi di Indonesia yaitu Pinterest, Picasa, Flickr dan Instagram

Tiktok

Aplikasi Tiktok saat ini sangat digandrungi oleh Kawula muda juga berbagai kalangan terutama generasi milenial dan generasi Z yang notabene generasi tersebut lebih melek terhadap teknologi. Aplikasi yang dulunya hanya menampilkan penggunanya untuk menari diiringi berbagai musik atau lagu yang dapat dipilih sendiri dengan menggunakan berbagai efek yang menarik dan

dirangkum dalam sebuah video pendek dan dapat di upload melalui media sosial ini sehingga banyak pengguna lain melihatnya. Menurut kutipan **Fatimah Kartini Bohang (2018)** jumlah tersebut mengalahkan aplikasi populer lain semacam Youtube, WhatsApp, Facebook, Messenger, dan Instagram. Tak bisa dipungkiri banyak orang yang tiba-tiba terkenal gegara video pendek yang mereka upload melalui aplikasi ini yang menjadikan mereka seleb Tiktok. Tiongkok yang merupakan negara asal Tiktok menjadi saksi keberhasilan Tiktok bukan hanya dinegaranya sendiri melainkan di seluruh dunia. Zhang Yiming tidak pernah menyangka bahwa aplikasi yang dibuatnya pada September 2016 akan terkenal di seluruh belahan dunia dan menjadikan dirinya sebagai orang terkaya ke -26 di dunia.

Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Kota Bandung

Pembentukan organisasi KADIN Indonesia pertama kali dibentuk tanggal 24 September 1968 dan diakui pemerintah dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 1973.

Sedangkan Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Kota Bandung didirikan oleh sekumpulan pengusaha yang berada di lingkungan asosiasi maupun perhimpunan, pada tahun 1982 diadakan pertemuan antara pengusaha Kota Bandung dengan pengurus KADIN Jawa Barat di Hotel Kumala, Jl. Asia Afrika Bandung.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode interview dan kegiatan pada masyarakat ini dilaksanakan dengan datang langsung ke lapangan dan memberikan ceramah dan sharing session pada UMKM binaan Kadin Kota Bandung. Adapun pesertanya berjumlah 30 UMKM dengan bermacam-macam produk yang mereka produksi diantaranya produk makanan, minuman, fesyen, mukena juga diantara mereka ada yang enggeluti bidang jasa seperti tour and travel. Adapun materi yang akan diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (PKM) pada

UMKM Binaan Kadin Kota Bandung ini adalah mengenai bagaimana cara mengoptimalkan digital marketing melalui media social tiktok guna menarik minat konsumen untuk mengunjungi, mengikuti akun di marketplace ataupun di media social dimana hasil akhirnya diharapkan customer membeli produk mereka sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan pasca pandemic covid-19 ini

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi saat ini menuntut kita untuk terus update dan mengikuti perkembangannya jika tidak maka kita akan ketinggalan atau bahkan buta teknologi. Maka dari itu sekarang ini banyak berseliweran mengkampanyekan melek teknologi atau melek literasi digital. Namun tidak sedikit masih banyak UMKM yang belum melek teknologi dalam menjalankan bisnisnya. Seperti halnya saat melaksanakan penjajagan Pengabdian pada Masyarakat pada UMKM di Kadin Kota Bandung ditemukan beberapa temuan masalah yaitu sebagai berikut :

1. UMKM yang ada dalam binaan KADIN Jawa Barat selama ini masih memasarkan produknya secara tradisional yaitu dengan berjualan di rumah ataupun di toko mereka
2. Promosi yang dilakukan oleh UMKM binaan Kadin Kota Bandung hanya Word of Mouth
3. Hanya sedikit dari UMKM-UMKM tersebut yang menggunakan media social sebagai alat untuk mempromosikan produk-produknya.
4. Masih banyak UMKM Binaan Kadin Kota Bandung yang belum menggunakan Tiktok sebagai platform untuk promosi dan berjualan

Dari permasalahan yang dijabarkan diatas haruslah dicarikan solusi yang dinilai tepat yang dapat diimplentasikan pada UMKM binaan Kadin Kota Bandung adalah sebagai berikut:

1. Memperkenalkan dan memberikan pemahaman mengenai strategi Promosi online

2. Memberikan tips dan trik dalam implementasi strategi promosi online khususnya melalui media social Tiktok
3. Mengevaluasi Keberhasilan atau keefektifan strategi promosi online yang di implementasikan

Dari poin-poin Solusi yang ditawarkan dapat dijabarkan dengan lebih luas bahwa suatu teknologi akan sangat membantu kita dalam menjalankan sebuah bisnis agar lebih maju. Peralihan dari yang tadinya menggunakan metode tradisional ke metode modern yang dalam segala unit kegiatannya melibatkan teknologi, maka dari itu UMKM yang tadinya merupakan seorang entrepreneur dituntut untuk menjadi seorang technopreneur.

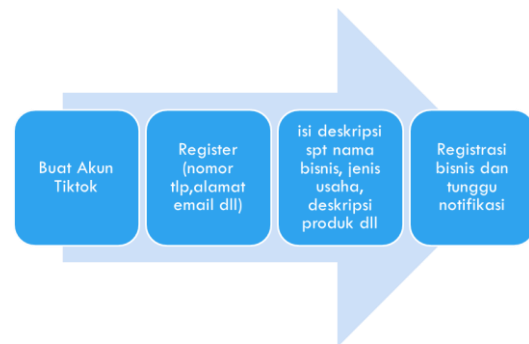
Dalam menjalankan bisnisnya UMKM sekarang ini disatu sisi bisa lebih mudah dalam mempromosikan produk-produknya melalui berbagai platform media social misalnya diantaranya Tiktok. Keberhasilan Tiktok sebagai aplikasi utama bagi generasi Z (jakpat dalam dataindonesia.id,2023) mampu mengantarkan Zhang Yiming sebagai pemilik dan Pembuat Tiktok sebagai orang terkaya ke 2 se-China dan urutan ke 23 sedunia versi majalah Forbes (iNews.Id,2023). Pada Kuartal I tahun 2023 Pengguna Tik Tok Global Capai 1,68 Miliar (jakpat dalam dataindonesia.id,2023). Banyaknya jumlah pengguna Tiktok tersebut tentu saja menjadi platform media social dan juga pangsa pasar yang besar untuk promosi produk barang dan jasa. Hal ini sudah dimanfaatkan oleh jutaan orang di seluruh dunia dan dinilai efektif dalam memasarkan produk, menjual barang dan jasa, tentu saja

Namun pada prakteknya masih banyak UMKM-UMKM binaan Kadin Kota Bandung yang belum memanfaatkan Tiktok sebagai media untuk berjualan. Kebanyakan dari UMKM tersebut belum paham bagaimana cara berjualan di Tiktok khususnya melalui aplikasi Tiktok Seller Center. Untuk itu pada Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini dilakukan dengan memberikan ceramah, pelatihan dan sharing session kepada 30 UMKM Binaan Kadin Kota Bandung mengenai cara

mengoptimalkan digital marketing melalui media sosial tiktok guna menarik minat konsumen.

Pada dasarnya cara berjualan di Tiktok dapat dilakukan melalui dua cara yaitu dengan melakukan dengan Live streaming yaitu berjualan secara Live melalui video di Aplikasi Tiktok-nya langsung atau yang kedua dengan meng-upload foto produk pada aplikasi Tiktok Seller Center.

Cara berjualan di Tiktok dapat dilihat pada Gambar tahapan di bawah ini:



Gambar 2 Tahapan cara berjualan di Tiktok

Pada tahap pertama Pengguna Tiktok harus mengunduh terlebih dahulu Aplikasi Tiktok dan Aplikasi Tiktok Selling Center dimana kedua akun tersebut harus terintegrasi atau dengan kata lain satu nama akun untuk dua aplikasi. Ketika membuat Akun pada Aplikasi Tiktok Selling Center pengguna wajib mencantumkan dan meng-upload Kartu Tanda Penduduk (KTP), perlu diketahui satu KTP hanya untuk satu akun.

Selain memasukkan nomor KTP Pengguna juga harus memasukkan kelengkapan untuk registrasi seperti nomor telepon, Alamat toko, Alamat warehouse (Gudang) yang akan digunakan untuk berjualan serta email. Jangan lupa juga Anda harus memasukkan Nama Toko dan deskripsi Usaha, deskripsi produk dan lain-lain. Setelah itu baru klik register dan tunggu notifikasi ke email ataupun no handphone yang sebelumnya di masukkan saat registrasi. Tunggu beberapa saat akun Anda terverifikasi, setelah terverifikasi Anda dapat log in ke Akun Tiktok Selling Center.

Setelah Akun terverifikasi Pengguna baru dapat log in dan mulai dapat meng-upload foto-foto produk dan juga mengisi deskripsi produknya.

Selain pelatihan cara membuat Akun Tiktok Selling Center saat Pengabdian Kepada Masyarakat juga diadakan sharing session dan ceramah salah satunya mengenai bagaimana cara agar banjir orderan melalui akun Tiktok, tips dan triknya sebagai berikut:

1. Memanfaatkan *affiliate* (afiliasi seperti *content creator* atau influencer) Dimana besarnya pembagian komisi tergantung pemilik toko.
2. Support Promo dari tiktok (Promosi yang berasal dari tiktok) seperti gratis ongkir dan lain-lain.
3. *Not live not good*: dengan menambahkan keranjang kuning bisa *check out*.
4. *Physicology product*: promo-promo yang dimainkan pada saat live streaming. Seperti disc dalam waktu terbatas.

Selain dapat memaksimalkan fitur-fitur yang terdapat pada Tiktok Selling Center Pengguna juga dapat memanfaatkan Tiktok Ads untuk meroketkan penjualan melalui promosi yang disediakan oleh Tiktok. Berikut beberapa jenis iklan Tiktok yang bisa Anda manfaatkan untuk promosi bisnis:

1. Brand Takeover. Biasanya muncul begitu Anda membuka aplikasi, dengan tampilan yang memenuhi layar.
2. In-Feed Video merupakan fitur yang muncul pada For Your Page (FYP) beranda pengguna TikTok Dimana FYP akan muncul jika pengguna sudah menggulir (men-scroll) dua sampai tiga video. Perbedaan FYP dengan Brand Takeover yaitu Dimana iklan pada Brand take over dapat ini di-like dan dikomentari.
3. Branded AR Content. Iklan yang menggunakan filter atau stiker 2D/3D/AR (Augmented Reality) dengan nama brand Anda sendiri.
4. Hashtag Challenge. iklan yang muncul di halaman Discovery. Penggunaan hashtag sendiri diharapkan mampu mengajak

TikToker untuk berpartisipasi dalam challenge tersebut.

Adapun Tindak lanjut dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan pada 30 UMKM Binaan Kadin Kota Bandung adalah meningkatnya pemahaman dan pengetahuan mereka mengenai promosi online dan pemanfaatan media social Tiktok sebagai platform untuk berjualan secara online. Disamping itu dengan adanya pelatihan bagaimana cara membuat akun pada Tiktok center untuk berjualan serta mengetahui fungsi dari tab dan fitur – fitur yang ada pada aplikasi Tiktok diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan Tiktok tersebut untuk promosi maupun melakukan penjualan secara Live ataupun tidak. Dengan pengetahuan mereka yang meningkat diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan dimana pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas kehidupan dan kesejahteraan dari UMKM Binanaan Kadin Kota Bandung tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengabdian Kepada Masyarakat pada 30 UMKM Binaan Kadin Kota Bandung dilaksanakan melalui ceramah dan sharing session dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi promosi pada bisnis, promosi melalui media social khususnya media social Tiktok. Indonesia sebagai negara dengan pengguna media social Tiktok terbesar ke 2 di dunia merupakan pangsa pasar dan membuka peluang yang tinggi untuk pemasaran produk/jasa dari UMKM binaan Kadin (Kantor Dagang dan Industri Kota Bandung).
2. Penjualan di Media Sosial Tiktok sendiri dapat dilakukan dengan dua cara yaitu melalui upload foto dan video dari barang/jasa yang akan di jual juga serta melalui Live Video yang dapat berinteraksi langsung dengan konsumen melalui live chat.
3. Memaksimalkan penggunaan fitur yang ada di platform media social tiktok dapat

menarik minat para konsumen untuk memirip ke akun kita selain itu dapat juga dilakukan pemberian discount terbatas saat Live video yang dinilai cukup ampuh untuk membuat konsumen membeli produk/jasa kita.

4. Promosi dengan minim atau bahkan zero cost juga dapat diterapkan yaitu melalui fitur affiliate dimana penjual dapat memilih affiliator dari berbagai orang terkenal seperti artis,celebram, atau influencer yang sudah memiliki banyak follower untuk bermitra dengan penjual dan mempromosikan produk yang dijual di akun mereka, dimana komisi (berapa persen dari penjualan/sesuai kesepakatan) hanya akan diberikan kepada affiliator jika barang/produk terjual jika tidak maka kita tidak perlu memberikannya kepada affiliator tersebut.
5. Selain di jelaskan kegunaan fitur-fitur yang ada di platform social media Tiktok juga diberikan pelatihan bagaimana membuat akun pada Sosial media Tiktok melalui aplikasi Tiktok Seller Center hingga para peserta pelatihan dapat berjualan di Sosial Media Tiktok. Karena sekitar 98% dari peserta belum memiliki akun berjualan di Tiktok Seller Center serta belum mengerti kegunaan-kegunaan dari fitur-fitur nya. Setelah itu, diadakan juga Sesi sharing suka duka dalam menjalankan bisnis yang dinilai sangat bermanfaat bagi kedua belah pihak baik bagi narasumber maupun bagi peserta.

Saran

Adapun saran yang dapat dikemukakan setelah pelaksanaan Pengabdian Pada Masyarakat adalah sebagai berikut:

1. UMKM binaan Kadin Kota Bandung diharapkan terus berusaha untuk menggali potensi mereka dalam dan menambah pengetahuan mereka dalam bidang teknologi yang dapat membantu perkembangan bisnis mereka bukan hanya

yang disediakan oleh Kadin Kota Bandung saja.

2. Kadin Kota Bandung terus lebih meningkatkan lagi kualitas sarana dan prasarana serta layanan agar lebih banyak lagi UMKM yang tergabung menjadi binaan Kadin Kota Bandung dan UMKM tersebut lebih berkembang lagi usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bohang, Fatimah Kartini, 2018, Berapa Jumlah Pengguna Internet Indonesia? [Online], Tersedia :<https://tekno.kompas.com/read/2018/02/22/16453177/berapa-jumlah-pengguna-internet-indonesia>. Diakses 23 November 2023 jam 20.09
- Chris Brogan, 2010.Sosial Media 101:Tactics and Tips to Develop your Business Online. Jhon Wiley & Sons
- Limanseto, Haryo. 2022. Kepala Biro Komunikasi, Layanan Informasi, dan Persidangan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah 01 Oct 2022 19:57 <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>. Diakses 23 November 2023 jam 19.06
- Kadin kota bandung.<https://kadinbandung.or.id>. Diakses 20 November 2023 jam 20.14
- Liedfray, Tongkotow dkk. 2022. Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. JURNAL ILMIAH SOCIETY ISSN : 2337 – 4004 Jurnal Volume 2 No. 1 Tahun 2022

Monavia Ayu Rizaty..2023. Pengguna Tiktok Global Capai 1,68 Miliar Pada Kuartal I/2023. Dataindonesia.Id. 10 Agustus 2023. <https://Dataindonesia.Id/Internet/Detail/Pengguna-Tiktok-Global-Capai-168-Miliar-Pada-Kuartal-I2023>. Diakses 22November 2023 jam 19.27

Mutiara Hatia, Aulia.2023. Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi 'Tameng' Resesi?Putri://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi. Diakses 21 November 2023 jam 19.09

Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G. (2020). Perbaikan Tata Kelola Bisnis UMKM Kerupuk Kulit Singkong menuju Ketahanan Bumdes Jagabaya. Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(1), 29-37. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2137>

Santika. , Erlina Fury 2023. Jumlah UMKM di Indonesia Sepanjang 2022, Provinsi Mana Terbanyak? 02/02/2023 14:41 WIB.<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/02/jumlah-umkm-di-indonesia-sepanjang-2022-provinsi-mana-terbanyak>. Diakses 22 November 2023 jam 21.05

Shilvina.Widi. 2023. Tiktok Jadi Medsos Utama Gen Z Untuk Cari Informasi Pada 2022. <https://Dataindonesia.Id/Gaya-Hidup/Detail/Tiktok-Jadi-Medsos-Utama-Gen-Z-Untuk-Cari-Informasi-Pada-2022>. Diakses 22 November 2023 jam 20.32