



PENGENALAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK PELAKU USAHA UMKM BINAAN DIKOPUKM KOTA BANDUNG

Shinta Hartini Putri¹

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Email: shintahartiniputri@unibi.ac.id

ABSTRACT

Along with the development of technology and information, the resulting impact is a positive impact on the business world, one of which is the field of marketing. There are many applications that can be used to market a product, one of which is the TikTok application. TikTok applications can be used for business people. Unfortunately, MSME actors at Bandung City Cooperatives and Small and Medium Enterprises Department (DiskopUKM) still do not understand the use of TikTok as a medium for promoting their products. Therefore, MSME people at the Bandung City DiskopUKM need training and an introduction to the TikTok application as a promotional medium through digital platforms. The aim of implementing this community service program is to carry out a presentation regarding the introduction of the TikTok application as a medium for promoting MSME products in the interest of increasing understanding, knowledge, and experience for MSME actors in the Bandung City DiskopUKM, in particular in Batununggal, Bojongloa Kidul, and Cidadap Districts. The choice of partners as the object of implementing community service was due to the request to be trained on the TikTok application as a medium for selling and marketing products. The implementation method uses 4 stages, namely the brainstorming stage, material delivery, discussion, question and answer, and evaluation. The results show that the participants were able to understand the use of the TikTok application. Apart from that, participants through direct practice can improve their ability to use social media in the business.

Keywords: TikTok, MSME, Cooperatives and Small and Medium Enterprises Department

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi dampak yang ditimbulkan adalah dampak positif di dunia usaha, salah satunya adalah bidang pemasaran. Banyak aplikasi yang bisa digunakan untuk pemasaran suatu produk, salah satunya adalah aplikasi Tik Tok. Kini aplikasi TikTok sudah bisa dimanfaatkan untuk berbisnis oleh para pelaku usaha. Namun sayangnya, pelaku UMKM di DiskopUKM Kota Bandung masih belum terlalu memahami penggunaan TikTok sebagai media promosi produknya. Karenanya, pelaku UMKM di DiskopUKM Kota Bandung membutuhkan pelatihan dan pengenalan aplikasi TikTok sebagai media promosi melalui platform digital. Tujuan dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk melaksanakan pemaparan tentang pengenalan aplikasi TikTok sebagai media promosi produk UMKM dalam kepentingannya untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan pengalaman bagi para pelaku UMKM di Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (DiskopUKM) Kota Bandung, khususnya di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap. Pemilihan mitra sebagai objek pelaksana pengabdian kepada masyarakat dikarenakan permintaan mitra untuk mendapatkan pelatihan mengenai aplikasi TikTok sebagai media berjualan dan memasarkan produk. Adapun metode pelaksanaan menggunakan 4 tahap, yaitu tahap *brainstorming*, penyampaian materi, diskusi dan tanya jawab, serta evaluasi. Hasilnya menunjukkan bahwa para peserta mampu memahami penggunaan aplikasi TikTok. Selain itu, para peserta melalui praktik langsung dapat meningkatkan kemampuan bermedia sosial dalam pemanfaatannya di dunia bisnis.

Kata kunci: TikTok, UMKM, Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, memberikan dampak positif salah satunya dalam hal pemasaran. Melansir dari data reportal tahun 2023, terdapat 167 juta pengguna media sosial di seluruh dunia (Yonatan, 2023). Hal tersebut akhirnya menumbuhkan ketertarikan para pelaku usaha untuk bisa mengenalkan dan memasarkan produk dagangannya melalui platform media sosial. TikTok merupakan salah satu aplikasi media sosial yang saat ini tengah populer dan memiliki banyak pengguna. Selain untuk mengunggah konten yang bersifat hiburan, aplikasi TikTok saat ini juga dimanfaatkan untuk berjualan. Selain itu, pada akhir tahun 2022 TikTok pun melahirkan fitur yang dinamakan TikTokshop yang memungkinkan penjual untuk menawarkan dagangannya ke pengguna TikTok secara langsung.

TikTok juga merupakan aplikasi yang efektif bagi pelaku usaha, khususnya pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) agar dapat meningkatkan kesadaran merek dan mendapatkan pelanggan dengan lebih cepat. Mengingat bahwa saat ini pengguna TikTok semakin banyak, kemunculan TikTok membawa pengaruh yang cukup besar dalam dunia bisnis. Masyarakat mencoba aplikasi TikTok untuk lebih kreatif atau memberikan informasi tentang sesuatu. Melalui film, gambar dan lagu yang ditayangkan aplikasi ini memfasilitasi informasi dapat disampaikan dan dapat menjelaskan stimulasi bagi mereka yang melihatnya (Yani et al., 2022).

Hal yang membuat TikTok menarik banyak pengguna adalah konten video yang mudah diakses melalui *smartphone*. Cara mengedit dan mengunggah konten video tersebut mudah untuk dipelajari dan diaplikasikan oleh semua kalangan. TikTok merupakan salah satu media sosial yang memberikan tempat kepada para penggunanya untuk bisa berekspresi serta berkreaitas melalui konten video (Arrofi & Hasfi, 2019). Dari segi bisnis, format video yang ada pada TikTok sangat relevan dengan konsumen khususnya pada era digital saat ini. Pelaku usaha dapat menjalankan bisnisnya melalui *smartphone*, sehingga pemanfaatan TikTok sebagai media bisnis ini cocok untuk pelaku UMKM.

Sejak akhir tahun 2021 lalu, Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) ingin UMKM segera melek digital, dengan target 30 juta pelaku UMKM terhubung dengan ekonomi digital di tahun 2024 (Listianti, 2022). DiskopUKM (Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah) Kota Bandung merupakan salah satu perangkat daerah di lingkungan Pemerintah Kota Bandung yang memiliki tugas fungsi untuk melaksanakan urusan pembinaan bidang Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada akhirnya sering melakukan pembinaan dengan mengikutsertakan pelaku bisnis UMKM untuk menghadiri kegiatan yang dapat melatih mengenai kemampuan bisnis digital.

Pelaku usaha UMKM Binaan DiskopUKM Kota Bandung, khususnya di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap merupakan penjual kuliner, fashion, dan produk rumah tangga yang menjual produknya secara *offline* (toko). Perkembangan teknologi saat ini, memberi tantangan terhadap cara berjualan yang sebelumnya hanya mengandalkan penjualan *offline* dengan membuka toko, kini bisa dengan mudah berjualan melalui *smartphone*. Namun, pada kenyataannya pemahaman para pelaku usaha tersebut terhadap teknologi digital di sosial media, khususnya TikTok masih rendah.

Berkenaan dengan hal tersebut, asupan informasi dan pengenalan mengenai TikTok sangat penting dilakukan kepada pelaku usaha UMKM Binaan DiskopUKM Kota Bandung, khususnya di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap. Eksistensi TikTok telah memasuki dalam dunia bisnis, yang kemudian membuat pergeseran baru dalam hal strategi pemasaran. Kini pelaku usaha dapat membuat strategi bisnis baru melalui konten digital dalam mempromosikan produk kepada konsumen dengan cara menyebarkan video promosi melalui TikTok. Hal tersebut yang mendorong pelaku usaha UMKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Kota Bandung, khususnya di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap sebagai mitra program pengabdian kepada Masyarakat ini untuk mendapatkan ilmu dan pengalaman mengenai bisnis melalui media sosial TikTok. Para akademisi Program Studi Ilmu Komunikasi UNIBI yang memiliki kekhasan dalam bidang komunikasi bisnis dan media digital ingin berbagi pengalaman serta pengetahuan secara teoritis melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat.

Kota Bandung yang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Barat ini memiliki letak yang strategis sehingga memudahkan berjalannya dan berkembangnya roda perekonomian dan penjagaan



keamanan, karena Bandung terletak di poros jalan raya jika dari garis Utara-Selatan, Bandung terhubung dengan daerah wilayah perkebunan Subang dan Pangalengan. Sedangkan untuk Barat-Timur, Bandung menjadi penghubung jalur dengan Ibukota Negara yaitu Jakarta (Pertiwi, 2021). Kota Bandung dinilai memiliki letak geografis yang strategis memudahkan proses perkembangan ekonomi dalam hal perdagangan atau bisnis.

UMKM sendiri memiliki peran yang sangat besar bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia. Menurut ASEAN Investment Report yang dirilis United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) pada September 2022, Indonesia memiliki jumlah UMKM terbanyak di kawasan ASEAN. Laporan tersebut mencatat jumlah UMKM di Indonesia pada 2021 mencapai sekitar 65,46 juta unit. UMKM Indonesia tercatat mampu menyerap 97% tenaga kerja, menyumbang 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta berkontribusi 14,4% terhadap ekspor nasional. Meski demikian, sebagian UMKM di Indonesia, khususnya di Kota Bandung masih menemukan sejumlah kendala untuk masuk ke bisnis online. Kendala tersebut terdiri dari kurangnya pelatihan kemampuan digital, kurang dukungan kebijakan, tidak ada mentor bisnis, serta infrastruktur digital yang belum memadai (Annur, 2023).

Maka dari itu, program Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema “Pengenalan Aplikasi TikTok sebagai Media Promosi Produk UMKM” diharapkan mampu memperkuat promosi penjualan UMKM melalui media TikTok di Kota Bandung, khususnya pelaku usaha UMKM Binaan DiskopUKM Kota Bandung Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dikemas dalam bentuk seminar dengan metode ceramah melalui teknik presentasi materi. Adapun metode pelaksanaan dalam Pengabdian kepada Masyarakat terdiri dari 4 tahap, yaitu:

1) Tahap 1 - Tahap *Brainstorming*

Pada tahap ini, tim pelaksana menggali permasalahan-permasalahan yang mitra hadapi saat beradaptasi dengan teknologi dan penggunaan media sosial TikTok melalui platform digital. Seminggu sebelum kegiatan, panitia melakukan pertemuan dengan perwakilan pengurus DiskopUKM di 3 kecamatan, yaitu Kecamatan Bojongloa Kidul, Batununggal, dan Cidadap.

2) Tahap 2 - Tahap Penyampaian Materi

Pada tahap ini dilakukan penyampaian materi mengenai: Pengenalan Aplikasi TikTok sebagai Media Promosi Produk UMKM menggunakan *powerpoint presentations*. Materi yang diberikan mengenai pengertian dan ruang lingkup TikTok, data pengguna internet dan TikTok di Indonesia khususnya Jawa Barat, fenomena TikTok yang viral saat ini, hingga tips membuat konten jualan di TikTok.

3) Tahap 3 - Tahap Diskusi dan Tanya Jawab

Pada tahap ini, dilakukan suatu bentuk diskusi mengenai materi pelatihan yang telah disampaikan, disertai forum tanya jawab yang membuka kesempatan bagi peserta untuk menggali lebih dalam tentang materi yang disampaikan.

4) Tahap 4 - Tahap Akhir

Pada tahap ini, para peserta diberi kesempatan untuk menerapkan materi yang telah disampaikan pada bisnis peserta. Dimulai dengan praktik mengunduh aplikasi TikTok, yang dibimbing oleh fasilitator dengan tujuan untuk mengasah keterampilan dan mengenalkan *tools-tools* dasar yang ada pada aplikasi tersebut.

Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1) Persiapan

Dilakukan dengan menggali informasi kebutuhan mitra pelaku usaha UMKM Binaan DiskopUKM Kota Bandung, yaitu pengenalan aplikasi TikTok sebagai media promosi produk. Selanjutnya, menetapkan materi yang berkaitan dengan media sosial TikTok dan penentuan peserta kegiatan, yaitu khususnya pelaku UMKM di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap. Kemudian dilakukan koordinasi dengan panitia untuk mempersiapkan teknis pelaksanaan.

2) Pelaksanaan

Dilakukan metode kegiatan, yaitu brainstorming, penyampaian materi, diskusi dan tanya jawab kepada 30 orang peserta kegiatan.

3) Evaluasi dan Pelaporan

Pada tahap ini dilakukan evaluasi dari hasil yang telah dicapai oleh peserta kegiatan. Evaluasi diberikan dengan mengumpulkan jawaban dari Google Form yang disebarkan kepada peserta setelah kegiatan berlangsung. Setelah itu, dibuat laporan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

Evaluasi yang dilakukan adalah penilaian terhadap kejelasan narasumber dalam menyampaikan materi. Hal tersebut dimaksud untuk mengetahui sejauhmana tingkat pemahaman peserta terhadap kejelasan materi yang telah disampaikan oleh narasumber saat kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Evaluasi dilakukan dengan menilai pemahaman peserta mengenai pengenalan aplikasi TikTok, dilihat dari isian Google Form yang disebarkan panitia setelah selesainya kegiatan. Adapun kriteria penilaiannya sebagai berikut:

- A = 80% - 100% komponen kejelasan penyampaian narasumber mengenai pengenalan aplikasi TikTok: Pemahaman Tinggi
- B = 60% - 79% komponen kejelasan penyampaian narasumber mengenai pengenalan aplikasi TikTok: Pemahaman Sedang
- C = 40% - 59% komponen kejelasan penyampaian narasumber mengenai pengenalan aplikasi TikTok: Pemahaman Rendah

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengamatan terhadap proses kegiatan Kepada Masyarakat, dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Materi yang disampaikan oleh pemateri dapat diterima dengan baik dan mendapatkan respon yang positif dilihat dari antusiasme para peserta saat kegiatan berlangsung. Sebagian besar peserta menilai bahwa materi pelatihan sangat membantu untuk memahami aplikasi TikTok yang digunakan untuk mempromosikan bisnisnya. Pada umumnya peserta menyatakan mereka memperoleh pengetahuan penting dan pengalaman berharga yang dapat dijadikan bekal ketika harus beradaptasi dengan teknologi digital, khususnya keterampilan menggunakan aplikasi yang memudahkan mereka melakukan promosi melalui perangkat *smartphone*.



Gambar 1.
Pelatihan Mengunduh Aplikasi TikTok



2) Berdasarkan hasil pengamatan dan pengumpulan jawaban dari Google Form, sebagian besar peserta memahami materi dengan jelas yang telah disampaikan oleh pemateri dengan nilai 84% setara dengan nilai A, pemahaman tinggi. Hal tersebut dinilai dari penyebaran Google Form di akhir kegiatan. Selain itu, penilaian pun dinilai dari kesimpulan yang dinyatakan peserta saat sesi tanya jawab.

Adapun hasil Google Form yang disebar adalah sebagai berikut:

Gambar 2.
Screenshot Formulir Tanggapan Peserta Pengabdian kepada Masyarakat

| Y | Timestamp | Nama Lektor | Jenis Usaha | Apakah penyampaian ma Apa harapan anda setelah Bagaimana saran dan kei Pelatihan atau sosialisasi apa yang anda harapkan untuk kegiatan berikutnya dari Program Studi Ilmu K | Manajemen, Fakultas I |
|----|------------------|-------------|---------------------------|--|--|
| 1 | 8/9/2023 11:54:0 | | Fashion | Jelas | Supaya omset naik |
| 2 | 8/9/2023 11:54:4 | | Ayam Geprek | Jelas | Dapat meningkatkan perij Lebih di tambahkan lagi v Pelatihan lanjutan dari aplikasi tiktok |
| 3 | 8/9/2023 11:54:5 | | Fashion | Jelas | Ada nya pelatihan terus Banyak Promosi nyaa k Publik Speaking |
| 4 | 8/9/2023 11:55:0 | | Jual tembak | Cukup Jelas | Jualan bisa lebih baik Sangat bagus Lebih detail dan lengkap |
| 5 | 8/9/2023 11:55:0 | | Ritik bakar kawi panggang | Jelas | Lebih meningkatkan perij Jualan bisa ke masyarakat Lebih sering lagi |
| 6 | 8/9/2023 11:55:0 | | Pendamping UMKM ke: | Jelas | Semoga ulen lebih paham Bagaimana Foto produk, design kemasan, marketplace, dll |
| 7 | 8/9/2023 11:55:0 | | Makanan | Jelas | Kelas lanjutan utk fotogra Sangat bagus Pelatihan desain produk |
| 8 | 8/9/2023 11:55:3 | | Kuliner | Jelas | Bisa lebih mengenal Sangat bagus Lanjut unil Pelatihan lanjutan tiktok lg |
| 9 | 8/9/2023 11:55:4 | | Essential Oil | Jelas | menjadi lebih mahir dalam penyampaiannya semoga pelatihan aplikasi Instagram |
| 10 | 8/9/2023 11:55:4 | | perhiasan coker mercon | Jelas | semakin meningkat omset Alhamdulillah sangat beem tentang publik speaking |
| 11 | 8/9/2023 11:55:9 | | Dapeur Mamah Nail | Jelas | Berharap bisa meningkat Sangat bagus dengan ada Unilak lebih meningkatkan penjualan lagi |
| 12 | 8/9/2023 11:56:0 | | Kuliner | Jelas | Bisa memula meningkatkan Ya akan menaruh lebih kebalikan sampai terbiasa pelatihan yg diberikan |
| 13 | 8/9/2023 11:56:0 | | Kuliner | Jelas | Harapan saya bisa menaja Semoga bisa mendapatkan Semoga ke depannya lebih sukses lagi bisa memberikan ilmu yang terbaik |
| 14 | 8/9/2023 11:56:1 | | aksesoris hijab | Jelas | Lebih maju dalam bejualan sangat bermanfaat Jadi pelatihan berkelanjutan |
| 15 | 8/9/2023 11:56:1 | | ya Pendamping UMKM | Jelas | Berharap UMKOM bisa me Sangat diperkenan karena Dilanjutkan ke kelas berikutnya |
| 16 | 8/9/2023 11:57:0 | | essential oil | Cukup Jelas | harapannya semoga malah sangat baik |
| 17 | 8/9/2023 11:57:0 | | Perorangan | Jelas | Semoga usaha tambah mKesean nya sangat baik Tiktok affiliate |
| 18 | 8/9/2023 11:57:1 | | Kuliner | Jelas | Bisa menjadi affiliate tiktok Semoga acaranya tidak k Kedisiplinan dan tiktok |
| 19 | 8/9/2023 11:57:3 | | Kuliner | Cukup Jelas | Saya bisa mulai bejualan Bagus sekali Ingin ada lanjutan pelatihan Tiktok nya, tapi lebih lama waktunya |
| 20 | 8/9/2023 11:57:9 | | Kuliner (Eten Jajab) | Jelas | Usaha yg digital semakinKesean baik dan bagus se Pelatihan tentang foto produk/ copy writing dan konsistensi dalam bejualan di marketplace |
| 21 | 8/9/2023 11:58:1 | | Kuliner | Jelas | Menambah nilai penjual Sangat baik Bagaimana cara mendapatkan centang biru |
| 22 | 8/9/2023 11:58:2 | | Produk sepatu | Jelas | Semoga jualan nya lebih l Semoga akan selalu men ilmu komunikasi |

- 3) Dari evaluasi yang telah dilakukan, diperoleh nilai yang cukup baik untuk pemahaman materi pengenalan Aplikasi TikTok. Hal tersebut dapat dilihat saat sesi tanya jawab, peserta memaparkan kembali urgensi bahwa TikTok dapat dimanfaatkan pula oleh para UMKM sebagai media promosi jualannya.
- 4) Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berupa pelatihan dan pengenalan aplikasi TikTok ini dapat dikatakan cukup berhasil. Ditunjukkan dengan adanya respon yang positif dari awal hingga akhir kegiatan, suasana dan antusiasme peserta saat adanya latihan/ praktek, diskusi, dan tanya jawab cukup baik.

Gambar 3.

Pemaparan Materi Pengenalan Aplikasi Tiktok



Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan dengan acara tatap muka dan praktek berjalan dengan baik dan lancar. Pertemuan tatap muka dengan metode *brainstorming*, ceramah dan demonstrasi, dilanjutkan latihan/praktik keterampilan mengunduh dan memperkenalkan *tools* dasar di aplikasi TikTok. Sesi diakhiri dengan tanya jawab dan diskusi. Tidak ada hambatan yang berarti dalam kegiatan ini.

Program Pengabdian kepada Masyarakat berupa pengenalan dan pelatihan aplikasi TikTok kepada pelaku UMKM di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap yang sudah dilaksanakan diharapkan dapat menambah pengetahuan, keterampilan dan penggerak untuk dapat berjualan di media sosial, khususnya aplikasi TikTok. Selain itu, peserta akan lebih semangat dan termotivasi untuk mengembangkan bisnis. Secara keseluruhan kegiatan ini dapat dikatakan berhasil. Keberhasilan ini selain diukur dari evaluasi pemahaman dan keterampilan peserta, juga dapat dilihat dari kepuasan peserta setelah mengikuti kegiatan yang disebarkan melalui Google Form.

Diharapkan agar kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat bermanfaat untuk peserta pelaku UMKM di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap. Faktor pendorong yang mempengaruhi kelancaran pelaksanaan kegiatan ini adalah keinginan peserta untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam bidang literasi media sosial dalam berbisnis.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui pengenalan dan pelatihan aplikasi TikTok kepada pelaku UMKM di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan



Cidadap menunjukkan bahwa para peserta mampu memahami penggunaan aplikasi TikTok, melalui hasil kejelasan paparan pemateri dengan nilai 84%. Selain itu, para peserta melalui praktik langsung dapat meningkatkan kemampuan bermedia sosial dalam pemanfaatannya di dunia bisnis. Kegiatan ini disampaikan melalui metode ceramah, tanya jawab dan praktik langsung, maka para peserta dapat mengetahui cara-cara menggunakan aplikasi TikTok. Praktik langsung yang dilakukan peserta dapat memberikan afeksi secara langsung kondisi nyata saat mengunduh aplikasi TikTok serta dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan yang dimiliki aplikasi tersebut.

Adapun saran yang dapat diajukan berdasarkan hasil kegiatan adalah kepada para peserta kegiatan ini agar dapat menerapkan ilmu-ilmu yang didapat pada kegiatan yang diikuti sehingga informasi yang disampaikan bersifat baik dan berkualitas. Diharapkan dari pemahaman dan pengalaman peserta kegiatan ini dapat menyalurkan kembali ilmu yang didapat kepada warga sekitar dan keluarga sehingga kualitas bisnisnya bisa lebih baik lagi serta.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Penulis mengucapkan terimakasih karena telah berperan aktif dan antusias kepada mitra dalam kegiatan PKM ini, yaitu DiskopUKM Kota Bandung, khususnya pelaku UMKM di Kecamatan Batununggal, Bojongloa Kidul, dan Cidadap. Selain itu, penulis juga ucapkan terimakasih kepada LPPM UNIBI yang telah memberikan dukungan dana dalam pelaksanaan PKM ini.

REFERENSI

- Annur, C. M. (2023, May 19). *Inilah Kriteria UMKM Berdasarkan Hasil Penjualannya Menurut PP 7 Nomor 2021 EKONOMI & MAKRO*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/19/inilah-kriteria-umkm-berdasarkan-hasil-penjualannya-menurut-pp-7-nomor-2021#:~:text=Kriteria%20UMKM%20di%20Indonesia%20diatur,pasal%2035%20hingga%20pasal%2036>
- Arrofi, A., & Hasfi, N. (2019). *Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua-Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-Anak Di Media Sosial Tik Tok*. <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Listianti, A. (2022, August 22). *KKN Tematik UPI 2022: Sosialisasi dan Pendampingan UMKM di Kelurahan Cipaganti*.
<https://www.kompasiana.com/andarilistianti/6301a000a1aeea7cd92ab8a2/kkn-tematik-upi-2022-sosialisasi-dan-pendampingan-umkm-di-kelurahan-cipaganti>
- Pertiwi, P. P. B. (2021). *Little Bandung Sebagai Strategi Dalam Memasarkan Produk Umkm Kota Bandung Di Pasar Internasional* [Universitas Muhammadiyah Malang].
<https://eprints.umm.ac.id/77076/>
- Yani, O., Mulyani, S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial TikTok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi*. 11(1).
<http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- Yonatan, A. Z. (2023, June 21). *Menilik Pengguna Media Sosial Indonesia 2017-2026*.
<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/menilik-pengguna-media-sosial-indonesia-2017-2026-xUAlp>