

## PENINGKATAN PENDAPATAN SENTRA INDUSTRI KERIPIK UBI MELALUI TIKTOK SHOP

**Wanmelia Gusdini<sup>1</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[wanmeliagusdini77@gmail.com](mailto:wanmeliagusdini77@gmail.com)

**Shinta Mawadda<sup>2</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[shintamawadda20@gmail.com](mailto:shintamawadda20@gmail.com)

**Dewianna Sari Harahap<sup>3</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[dewiannasariharahap@gmail.com](mailto:dewiannasariharahap@gmail.com)

**Purnama Ramadani Silalahi<sup>4</sup>**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

[dewiannasariharahap@gmail.com](mailto:dewiannasariharahap@gmail.com)

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli  
Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis : [wanmeliagusdini77@gmail.com](mailto:wanmeliagusdini77@gmail.com)

### ***Abstract***

*This study aims to find out how to increase the income of the sweet potato chips industrial center through the tiktok shop. In this study the method used is descriptive qualitative method using primary and secondary data sources. Primary data collection techniques are used through interviews. With respondents who were interviewed as many as 3 people. While secondary data is used through articles, e-books or via online or through certain trusted websites. Based on the results of research on Increasing the Income of Sweet Potato Chips Industry Centers Through Tiktokshop, it is stated that Tiktok shop, which is one of the trending platforms that is widely accessed by smartphone users, has made the sweet potato chips industry centers experience an increase in income. By using the Tiktok shop application, it helps the sweet potato chip industry centers in introducing and promoting their products outside the city. Workers in the sweet potato chips industry center must be able to manage their time to do live in the Tik Tok shop application which will later make it an FYP (For You Page). The revenue of the sweet potato chips industrial center has increased significantly to reach the desired target market.*

**Keywords:** *Industrial centers, Tiktok Shop, Revenue*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peningkatan pendapatan sentra industri keripik ubi melalui tiktok shop. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer digunakan melalui wawancara. Dengan responden yang diwawancarai sebanyak 3 orang. Sementara data sekunder yang digunakan melalui artikel, e-book atau secara via online atau melalui website-website terpercaya tertentu. Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui Tiktokshop

menyatakan bahwa Tiktok shop yang menjadi salah satu platform trending yang banyak diakses oleh para pengguna smartphone membuat sentra industri keripik ubi mengalami peningkatan pendapatan. Dengan menggunakan aplikasi Tiktok shop, membantu sentra industri keripik ubi dalam memperkenalkan dan mempromosikan produknya hingga ke luar kota. Pekerja sentra industri keripik ubi harus mampu manajemen waktunya untuk melakukan *live* dalam aplikasi tik tok shop yang nantinya akan membuatnya menjadi FYP (*For You Page*). Pendapatan sentra industri keripik ubi mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai target pasar yang diinginkan.

***Kata kunci:*** *Sentra industri, Tiktok Shop, Pendapatan*

## **Pendahuluan**

Kemampuan industri Indonesia untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi yang pesat dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan yang telah terjadi dan akan terjadi di masa mendatang sangatlah penting. Hal ini berlaku untuk semua subsektor industri, termasuk industri makanan di Indonesia. Industri makanan merupakan salah satu bidang yang berkembang pesat di seluruh dunia, terutama di Indonesia. Berbagai jenis makanan dengan tampilan menarik masih terus dikembangkan untuk meningkatkan nilai estetika dan daya tarik komersial. Tak perlu dikatakan bahwa tujuan dalam hal ini adalah untuk mewujudkan margin keuntungan yang besar, yang juga diperlukan untuk pemasaran.

Tentu saja, untuk menarik lebih banyak pelanggan, diperlukan strategi pemasaran yang kuat yang memperhitungkan waktu sirkulasi atau pengembangan. Gelombang dunia saat ini telah mengarah pada pengembangan berbagai strategi pemasaran. Pemasaran online, baik melalui situs web atau aplikasi tertentu, adalah salah satu topik yang paling sering dibahas.

Kemajuan teknologi berdampak pada bagaimana bisnis dan konsumen berkomunikasi. Konsumen akan memanfaatkan teknologi informasi untuk membandingkan item terkait untuk mempelajari lebih lanjut tentang produk yang akan mereka beli daripada langsung ke lapangan, seperti penjualan online. Kunci untuk menggunakan teknologi yang tepat adalah memanfaatkan apa yang sudah Anda miliki. Dalam komunitas online, istilah “bisnis online” dan “technopreneur” kini sering digunakan. Online, ada banyak situs yang menawarkan peluang yang menjanjikan. (Triyono, 2018) Internet telah menciptakan peluang baru untuk kontak interaktif antara pembeli, penjual, dan mitra bisnis lainnya. Hal ini memungkinkan organisasi untuk berkolaborasi dalam pengembangan produk yang berkelanjutan, kampanye pemasaran, pemberian layanan, dan dukungan teknis. (Yuliana, 2020)

Gaya hidup dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan era serba digital. Dibandingkan dengan dunia nyata, Generasi Z lebih lazim dalam aktivitas sosial yang dilakukan secara online dan lebih melek teknologi. Generasi Z yang pragmatis dan bergantung secara teknologi cenderung demikian. (Tumer, 2018) Meskipun anggota Generasi Z sering melakukan aktivitas sosial secara online, mereka juga cepat mencari dan menemukan informasi. (Sa'adah, 2022)

Dengan perkembangan teknologi yang pesat kini, membuat sentra industri harus lebih kreatif dan lihai lagi akan situasi dan kondisi yang ter-update yaitu dengan adanya berbagai platform menarik yang akan membuat para konsumen mengetahui dan tertarik akan produk yang dijual. Awalnya, sentra industri memiliki pendapatan yang stabil namun dengan adanya berbagai platform e-commerce menjadikan sentra industri semakin mengalami peningkatan pendapatan. Ditambah lagi dengan adanya Covid-19 yang menuntut sentra industri untuk bisa beradaptasi akan situasi dan kondisi tersebut agar pendapatan yang diterima dapat dihasilkan sesuai target dan bahkan mengalami peningkatan.

Berbagai platform e-commerce yang memengaruhi kebiasaan dan perilaku konsumen telah berevolusi sebagai akibat dari perubahan kebiasaan dan gaya hidup masyarakat. Belanja online dibuat mudah bagi konsumen dengan berbagai platform e-commerce. Orang-orang telah mengembangkan praktik berbelanja di platform e-commerce online karena selain nyaman, juga dapat menghemat waktu dan tenaga. Orang-orang, terutama kaum milenial, telah menjadi hedonistik akibat kemajuan teknologi, menjadi kecanduan menggunakan e-commerce dan berbelanja sesuka mereka. Milenial dapat dengan mudah berbelanja segala sesuatu melalui e-commerce, termasuk pakaian, makanan, perawatan kulit, kosmetik, peralatan, dan lain sebagainya.

Aplikasi Tiktok merupakan salah satu contoh aplikasi yang saat ini sedang populer di kalangan masyarakat. Generasi milenial khususnya terlihat hedonis di zaman sekarang ini dan menjadi kecanduan menggunakan e-commerce semauanya. Milenial dapat dengan mudah membeli segala sesuatu melalui e-commerce, termasuk pakaian, makanan, perawatan kulit, makeup, peralatan, dan lain sebagainya.

Seiring berjalannya waktu, varietas baru dan lebih besar menjadi lebih umum, yang merupakan tanda bahwa generasi kita sekarang telah maju. Salah satunya adalah tersedianya aplikasi yang mudah digunakan dan dikelola. Pengguna dapat mengakses pusat bantuan menggunakan aplikasi. Aplikasi Tiktok merupakan salah satu ilustrasi alat yang saat ini cukup populer di masyarakat.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis mengidentifikasi masalah pada Sentra Industri Keripik ubi penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Para pelaku usaha sentra industri

keripik Ubi kebanyakan belum siap menanggung segala kemungkinan buruk yang dapat terjadi dalam usaha mereka. Hal tersebut menjadi permasalahan karena salah satu indikasi jiwa kewirausahaan yaitu berani mengambil risiko dan siap dengan sebuah tantangan baru. 2. Para pelaku usaha sentra industri keripik singkong Ubi belum cepat tanggap dalam mencari peluang baru dipasar. Hal tersebut berarti terdapat masalah pada kreativitas karena salah satu indikasi kreativitas yaitu mencari peluang baru untuk dijadikan sebuah perencanaan untuk menciptakan keuntungan yang lebih. 3. Tingkat para pelaku usaha sentra industri keripik Ubi belum mengalami peningkatan penjualan belum juga mengalami peningkatan laba.

Berdasarkan pemaparan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk menganalisis “Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui Tiktokshop”.

## **Kajian Teori**

### **Pendapatan**

Pendapatan adalah imbalan yang diterima oleh individu atau kelompok atas usaha mereka, termasuk waktu, tenaga, dan pikiran yang dikeluarkan sebagai imbalan atas kompensasi. Pendapatan menggambarkan semua keuntungan moneter atau materi lainnya yang diperoleh dari pemanfaatan sumber daya atau layanan yang diperoleh individu atau rumah tangga selama kegiatan ekonomi. Pendapatan yang siap dibelanjakan atau dikonsumsi oleh penerimanya disebut sebagai pendapatan yang dapat dibelanjakan. Penerima memiliki hak penuh untuk pendapatan ini.

Pendapatan adalah komponen penting dari ekonomi yang, melalui penciptaan barang dan jasa, memberikan kontribusi untuk meningkatkan standar hidup banyak orang. Jenis pekerjaan yang dilakukan seseorang menentukan berapa banyak uang yang mereka hasilkan. Pendapatan alternatif dapat dianggap sebagai kompensasi yang diterima untuk output dari faktor-faktor ini selama periode waktu yang telah ditentukan sebelumnya. Sewa, upah atau gaji, bunga, atau keuntungan adalah semua bentuk pembayaran yang dapat diterima untuk saat ini. Pendapatan pribadi mengacu pada semua bentuk pendapatan yang diperoleh warga suatu negara, termasuk pendapatan yang diperoleh tanpa melakukan pekerjaan apa pun.

Pada umumnya, pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan diantaranya:

a. Upah atau Gaji

Gaji atau penghasilan adalah tunjangan yang diterima orang setelah menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan kepadanya dalam sehari, seminggu, atau sebulan. Mengingat

hubungan langsung mereka dengan kesejahteraan karyawan, gaji adalah salah satu elemen kunci dalam bidang ketenagakerjaan. Pekerja yang sukses adalah pekerja yang gajinya dapat memenuhi kebutuhannya. Seperti faktor produksi lainnya, pekerja diberi kompensasi atas jasa mereka dalam bentuk upah. Upah adalah harga yang dibayarkan kepada pekerja untuk layanan mereka dalam pengembangan kekayaan. Dengan kata lain, upah merupakan biaya tenaga kerja untuk jasa produksi yang diberikan. Imbalan berupa uang atau imbalan dalam bentuk lain yang diberikan kepada pekerja oleh perusahaan atau lembaga disebut upah dalam konteks ini.

b. Penghasilan dari usaha sendiri

Jika sebuah perusahaan dimiliki oleh individu atau keluarga dan mempekerjakan anggota keluarga itu, nilai sewa modal bisnis dan semua pengeluaran lainnya seringkali dikurangi dari keseluruhan nilai hasil produksi.

c. Keuntungan dari perusahaan lain.

Ini termasuk pendapatan dari menyewakan aset seperti rumah, hewan, dan barang-barang lainnya, kontribusi dari pihak ketiga, dan pendapatan pensiun. Jenis pendapatan ini biasanya diperoleh di samping.

### **Sentra Industri**

Suatu lokasi di mana terdapat kelompok-kelompok industri yang terkait satu sama lain atau memiliki interaksi yang erat antara industri-industri tersebut disebut sebagai “sentra industri”. Karena mayoritas penduduknya tidak berpendidikan dan bekerja di usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern, industri ini sangat penting bagi kemajuan ekonomi Indonesia. Diharapkan dengan tumbuhnya ekonomi kerakyatan, mampu meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, memberi manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan, dan meningkatkan kapasitas industri dalam penyediaan barang jadi dan bahan baku untuk kebutuhan domestik dan internasional. Kehadiran industri ini juga dapat meningkatkan potensi komersial. Salah satu pusat industri mikro dan kecil adalah sentra industri yang dilengkapi dengan fasilitas berupa fasilitas penunjang dan menghasilkan barang sejenis dengan menggunakan input dan proses produksi yang sama.

Proses pemutakhiran direktori pusat industri melibatkan identifikasi organisasi/perusahaan yang bertanggung jawab atas kawasan industri mikro dan kecil dan mencatat beberapa detail tentang dinamika, seperti anggota organisasi/perusahaan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kontribusi ekonomi nasional, khususnya dari industri mikro dan kecil. Semua pulau di Indonesia memiliki karakteristik IMK yang berbeda, namun badan usaha

IMK cenderung lebih banyak menggunakan sumber daya alam lokal dan memiliki akses yang terbatas terhadap pembiayaan usaha dan penggunaan teknologi yang relevan.

### **Tiktok Shop**

Aplikasi TikTok ini dikenal dengan nama Douyin dan resmi diluncurkan pada tahun 2016. TikTok berfungsi sebagai alat untuk membuat video online yang dapat digunakan untuk memamerkan dan mendokumentasikan kreativitas dan situasi keuangan Anda saat ini. Selain itu, TikTok mendorong pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan memungkinkan pengguna untuk menjadi pencipta dengan video yang bertahan hingga 15 hari. Sejak tahun 2018, TikTok mendominasi App Store dengan lebih dari 500 juta unduhan, dan mayoritas penggunanya adalah orang biasa. Hal ini sejalan dengan misi TikTok untuk fokus pada pengguna wanita. (Hariyanti, 2022)

Platform Tik Tok digunakan sebagai tujuan pemasaran, antara lain: (Hariyanti, 2022)

- a. Gunakan hashtag (#) agar diskusi, event, bahkan produk lebih mudah ditemukan (opsional, tapi disarankan). Konsumen dapat menemukan barang yang mereka butuhkan dengan menggunakan hashtag yang disediakan atau digunakan.
- b. Mengadopsi tren: Teknik pemasaran Tik Tok yang menggunakan video untuk menjelaskan apa yang sedang tren. Produsen harus mampu mengidentifikasi keadaan ideal untuk peningkatan produk dan pengenalan pelanggan
- c. Bekerja sama dengan influencer: Hal ini dapat dilakukan dengan bermitra dengan influencer yang populer dan memiliki banyak pengikut sehingga teknik promosi yang digunakan di Tik Tok dapat memikat dan menarik banyak audiens. Target pasar yang perlu dibenahi sudah jelas dengan catatan.
- d. Berikan deskripsi mendetail: Pemirsa akan tertarik dengan video jika memiliki informasi produk yang jelas selain konten yang bagus. Alhasil, pelanggan akan lebih memahami konten yang ditawarkan.
- e. Memposting video sesering mungkin dan mungkin menyertakan jeda komersial.

### **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer digunakan melalui wawancara. Dengan responden yang diwawancarai sebanyak 3 orang. Sementara data sekunder yang digunakan melalui artikel, e-book atau secara via online atau melalui website-

website terpercaya tertentu. Metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan jenis penelitian yang tidak mempergunakan hitungan ataupun statistik. Metode ini digunakan dengan secara fakta, aktual yang sesuai dengan situasi dan fenomena yang ada. Metode ini dilakukan untuk memahami dan menafsirkan mengenai Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui Tiktok shop.

### Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui Tiktokshop menyatakan bahwa Tiktok shop yang menjadi salah satu platform trending yang banyak diakses oleh para pengguna smartphone membuat sentra industri keripik ubi mengalami peningkatan pendapatan. Dengan menggunakan aplikasi Tiktok shop, membantu sentra industri keripik ubi dalam memperkenalkan dan mempromosikan produknya hingga ke luar kota. Pekerja sentra industri keripik ubi harus mampu memanajemen waktunya untuk melakukan *live* dalam aplikasi tik tok shop yang nantinya akan membuatnya menjadi FYP (*For You Page*). Pendapatan sentra industri keripik ubi mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai target pasar yang diinginkan.

Seperti yang dikatakan oleh ibu Selfina dari hasil wawancara bahwa “TikTok Shop ini sangat memiliki peluang untuk menjual keripik ubi lebih banyak, karena pengguna tiktok ini dapat mengakses banyak video apalagi jika video kita ini FYP maka akan mencapai target yang diinginkan. Nah, itu sama seperti target pasar”

Selain itu, hasil wawancara menurut ibu Rinda “Sebelumnya, penjualan keripik ubi hanya mengandalkan penjualan melalui salah satu situs *e-commerce*. Setelah merambah ke TikTok Shop dan mulai mengunggah konten serta melakukan *live* sebanyak 3 hingga 4 kali dalam seminggu, penjualan keripik ubi mengalami kenaikan penjualan hingga 50% atau bahkan 70% jika video penjualan keripik ubi berhasil masuk ke FYP.”

Dan hasil wawancara berdasarkan pendapat ibu Lailiza “Awalnya penjualan keripik ubi ini bisa dikatakan stabil, namun setelah beralih ke tiktok shop penjualan keripik ubi mengalami peningkatan yang sangat signifikan apalagi jika kita sering-sering melakukan *live*. Saya awalnya iseng melakukan *live* di tik tok shop selama 1 jam diantara jam 09.00 pagi – 10.00, saya lakukan berulang setiap hari sehingga membuat para pengguna tik tok shop mengetahui akan produk keripik ubi ini dan membuat penjualan keripik ubi mengalami peningkatan di setiap harinya. Bukan hanya di daerah sini saja namun hingga keluar kota lain saya sudah bisa melakukan pengiriman keripik ubi ini lebih meluas”

TikTok Shop adalah toko online yang menyediakan tempat bagi pedagang dan penjual untuk mengiklankan barang dan jasa mereka kepada pengguna TikTok. Selain itu, TikTok Shop menawarkan alat yang memungkinkan vendor mengekspresikan kreativitasnya dalam berbisnis. Anda dapat melakukannya dengan fitur belanja langsung, materi video singkat, atau dengan berkolaborasi dengan influencer atau kreator.

Dengan tingkat penggunaan 45%, TikTok Shop menjadi media sosial terpopuler. Dan saat mempertimbangkan untuk melakukan pembelian, 76% pemirsa TikTok cenderung melihat postingan dengan tagar atau perusahaan populer. Kemudian, sebanyak 87% konsumen lebih suka menonton video langsung saat memperdebatkan pembelian, sedangkan sebanyak 51% lebih suka mempelajari produk dari iklan.

TikTok menjadi sangat populer. Hingga April 2022, terdapat 99,1 juta pengguna di Indonesia, menjadikannya negara terbesar kedua setelah Amerika Serikat. Oleh karena itu, Toko TikTok adalah lokasi yang ideal bagi pemilik bisnis yang ingin meningkatkan penjualan.

Sehingga berdasarkan data yang peneliti dapat dari penelitian bisa dikatakan bahwa aplikasi tiktok shop memang membuat sentra industri keripik ubi mengalami peningkatan pendapatan. Namun, di lain sisi sentra industri keripik ubi juga melakukan penjualan secara offline juga.

Oleh karena itu masyarakat perlu di beri pelatihan tentang cara membuat website dengan konsep dan desain yang tepat dan Membuat content website yang sesuai dengan target pemasaran agar para UMKM mampu Membangun aset sosial media dan Membuat content marketing untuk website dan sosial media, contohnya dengan melakukan penjualan di berbagai E-commerce seperti tiktok shop dengan cara mebuat contetn yang menarik dan penawaran produk dengan harga yang murah di tambah dengan kupon pembelian sehingga konsumen semakin menarik untuk membeli suatu produk Seperti dengan adanya Pelatihan Pemasaran Produk Melalui Digital Content Creator Bagi Umkm agar para pelaku UMKM paham cara memasarkan produk yang mereka miliki agar mampu bersaing. Dan Masyarakat di berikan pelatihan mulai dari cara mendaftar akun tiktok shop dan mendaftar tiktok affiliate, dimana masyarakat dapat menjual produk mereka lewat tiktok shop dan masyarakat juga bisa menjual produk toko lain dengan cara mempromosikan produk melalui tiktok affiliate, keuntungan yang didapatkan oleh masyarakat saat menjual produk melalui tiktok shop produknya dapat dikenal banyak orang dan keuntungan menggunakan tiktok affiliate adalah mendapatkan komisi dari setiap penjualan produk yang ada di keranjang tiktok affiliate.

Oleh karena itu, setiap pengusaha perlu membuat pembuat konten yang menarik perhatian konsumen, mencari tahu apa saja kebutuhan utama pengusaha terkait produksi konten, menyiapkan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan UKM, menduplikasi materi pembuatan konten, Menyiapkan IT untuk kelompok . Mengikuti pelatihan, menyiapkan lingkungan pelatihan untuk perusahaan UMKM, melakukan pelatihan pembuatan konten untuk mitra dan pendampingan UMKM, melatih pembuat konten, mendokumentasikan konten yang dibuat oleh operator UMKM, mengunggah konten produk termasuk harga produk, pemilihan gambar produk untuk dimasukkan dalam konten bahan akun tiktok untuk melakukan live streaming dan penjualan.

### **Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai Peningkatan Pendapatan Sentra Industri Keripik Ubi Melalui Tiktokshop: Tiktokshop adalah alat yang sangat ampuh untuk promosi produk. Selain itu, Tiktok memiliki miliaran pengguna di seluruh dunia. Ini adalah kesempatan fantastis untuk mengiklankan produk Anda di mana-mana. Banyak bisnis sukses dari semua kalangan telah menggunakan aplikasi ini untuk mempromosikan produk mereka.

Pendapatan adalah komponen penting dari ekonomi yang, melalui penciptaan barang dan jasa, memberikan kontribusi untuk meningkatkan standar hidup banyak orang. Sementara, Salah satu pusat industri mikro dan kecil adalah sentra industri yang dilengkapi dengan fasilitas berupa fasilitas penunjang dan menghasilkan barang sejenis dengan menggunakan input dan proses produksi yang sama.

Dengan menggunakan aplikasi Tiktok shop, membantu sentra industri keripik ubi dalam memperkenalkan dan mempromosikan produknya hingga ke luar kota. Pekerja sentra industri keripik ubi harus mampu manajemen waktunya untuk melakukan *live* dalam aplikasi tik tok shop yang nantinya akan membuatnya menjadi FYP (*For You Page*). Pendapatan sentra industri keripik ubi mengalami peningkatan yang signifikan hingga mencapai target pasar yang diinginkan.

### **Daftar Pustaka**

- Arrofi, A. H. (2019). Memahami Pengalaman Komunikasi Orang Tua–Anak Ketika Menyaksikan Tayangan Anak-Anak Di Media Sosial Tik Tok. *Interaksi Online* , 204.
- Hariyanti. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Promosi Kripik Jamur Tiram. *Al Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* , 138.

- Pardede, E. Y. R., & Simanjuntak, M. (2022). Penguatan Pemasaran Digital UMKM Menggunakan Metode Design Thinking (Studi Kasus: UMKM Keripik Cap Rumah Adat Minang, UD Rezeki Baru). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 119-113.
- Rachma, N., & Fahrurrozirahman, F. (2022). Analisis Pemanfaatan Pemasaran Di Media Sosial Dan Marketplace Dalam Meningkatkan Penjualan Penjualan Di Masa Pandemi Pada UMKM Industri Rumahan Di Desa Karang Kedawang Kecamatan Sooko Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 7(1), 1-26.
- Rane, M. K. D., Hendrik, N., & Si, M. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk Melalui Digital Content Creator Bagi UMKM Di Kelurahan Oesapa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol, 3(1).
- Sa'adah, N. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok. *Transekonometrika: Akuntansi, Bisnis dna Keuangan* , 132.
- Statistik, B. P. (2021, Desember 14). *Direktori Sentra Industri Indonesia 2020*.
- Supriadi, S. W. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sutrisno. (2022). Persepsi Terhadap Aplikasi Tiktok Atas Dasar Gender Dan Dampak Yang Ditimbulkan Pada Kegiatan Promosi. *Jurnal Bina Manajemen* , 19.
- Triyono, A. D. (2018). Pemanfaatan Blackberry Sebagai Sarana Komunikasi dan Penjualan Batik Online Dengan Sistem Dropship di Batik Solo 85. *JOURNAL Sped Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi* , 33.
- Tumer. (2018). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology* , 104.
- Yuliana, O. Y. (2020). Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* , 44.