

Pelatihan Pembuatan Dashboard Dan Tiktok Bisnis Pada UMKM Shofi Cookies

Dashboard Development And Business Tiktok Training At MSMEs Shofi Cookies

Syandra Sari ¹, Dedy Sugiarto ², Ratna Shofiati ³, Anung B Ariwibowo ⁴, Muhamad Ichsan Gunawan ⁵,
Putri Shan A S P ⁶, Ida Jubaidah ⁷, Elita Wahyu Firdasari ⁸, Alya Shafa Nadia ⁹

^{1,2,4,7,8}Program Studi Sistem Informasi, FTI, Universitas Trisakti, Jakarta Barat

^{3,5,6,9}Program Studi Informatika, FTI, Universitas Trisakti, Jakarta Barat

*Korespondensi penulis : syandra_sari@trisakti.ac.id

Article History:

Received: 30 Juni 2023

Revised: 15 Juli 2023

Accepted: 02 Agustus 2023

Keywords: Dashboard, Tiktok, Website, Marketing

Abstract: *The Community Service Program (PKM) has successfully conducted a training on Dashboard Development and TikTok Business for the Small and Medium Enterprise (MSMEs) Shofi Group. This training was facilitated by the Informatics Engineering Department of Trisakti University and has received an excellent rating based on feedback from the participants. As part of this training, a visualization dashboard was successfully integrated into the Shofi Group's website, allowing them to monitor sales data more efficiently and effectively. In addition, participants also learned about the use of TikTok Business as a tool for marketing their products. Positive feedback from Shofi Group indicates the significant benefits of this training, in terms of assisting MSMEs to adapt and utilize digital technology in their business development. These results underline the importance of similar programs in supporting SMEs to compete in the digital era. It is hoped that the success of this PKM can lay the foundation for similar initiatives in the future, supporting more MSMEs in leveraging the potential of digital technology.*

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) telah berhasil melaksanakan pelatihan tentang Pembuatan Dashboard dan TikTok Bisnis untuk Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Shofi Group. Pelatihan ini difasilitasi oleh Jurusan Teknik Informatika Universitas Trisakti dan telah menerima penilaian yang sangat baik berdasarkan feedback dari peserta. Dalam kerangka pelatihan ini, sebuah dashboard visualisasi telah berhasil diintegrasikan ke dalam website Shofi Group, memungkinkan mereka untuk memantau data penjualan secara lebih efisien dan efektif. Selain itu, peserta juga telah mempelajari penggunaan TikTok Bisnis sebagai alat pemasaran produk mereka. Feedback yang positif dari Shofi Group menunjukkan manfaat signifikan dari pelatihan ini, dalam hal membantu UMKM untuk beradaptasi dan memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan bisnis mereka. Hasil ini menggarisbawahi pentingnya program serupa dalam mendukung UMKM untuk bersaing dalam era digital. Diharapkan, keberhasilan PKM ini dapat menjadi dasar bagi kegiatan serupa di masa depan, yang mendukung lebih banyak UMKM dalam memanfaatkan potensi teknologi digital.

Kata Kunci: Dashboard, Tiktok, Website, Pemasaran

PENDAHULUAN

Shofi Group, sebuah usaha kecil dan menengah yang didirikan pada tahun 2004, berfokus pada produksi makanan dan kue. Usaha ini dirintis oleh mendiang Guswan Zainal, suami dari Ibu Nyi mas Yusnaini. Awalnya, mereka menjual produk kue, di Goro Swalayan. Namun, pada tahun 2007, mereka mengubah strategi pemasaran mereka dan mulai menjadi pemasok ke beberapa cabang Tip Top Swalayan. Kemudian, pada tahun 2010, mereka memperluas lini produk mereka dengan menambahkan snack tradisional ke pasokan mereka

*Syandra Sari, syandra_sari@trisakti.ac.id

untuk Tip Top Swalayan. Pada tahun 2011, Shofi Group mulai berinovasi dan bereksperimen dengan roti Maryam sebagai produk baru mereka. Produk ini diperkenalkan dan dipasarkan ke Tip Top Swalayan pada tahun 2013 (Sugiarto et al. 2022).

Pada tahun 2018, Shofi Group memperluas operasinya dengan menjadi pemasok ke 10 cabang Naga Swalayan, menawarkan produk kue dan roti Maryam mereka. Sayangnya, pada tanggal 22 Desember 2019, Abi Guswan meninggal dunia dan tanggung jawab perusahaan berpindah ke tangan Umi Yus, istrinya. Umi bertekad untuk tidak hanya mempertahankan usaha ini tetapi juga mengembangkannya, salah satunya melalui pembuatan situs web untuk memperluas jaringan pemasarannya. Prestasi Shofi Group juga diakui dengan meraih penghargaan Ibu Ibukota Award, yang dapat ditelusuri melalui dua tautan berikut: <https://www.ibuibukota.id/2020/sosok/Nyimas-Yusnaini.html> dan <https://www.youtube.com/watch?v=1ivlqvVR01E&t=9s> (Sugiarto et al. 2022).

Saat ini, Shofi Group telah meluncurkan situs web mereka, <https://shoficookies.com/>, sebagai platform pemasaran untuk produk kue mereka. Situs web ini, yang telah beroperasi sejak tahun 2022, secara khusus menampilkan berbagai produk yang ditawarkan oleh mereka kepada konsumen. Dengan ini, mereka mempermudah pelanggan untuk menjelajahi dan membeli produk mereka secara online, memberikan kemudahan dan kenyamanan yang lebih besar dalam bertransaksi.

Saat ini website Shofi Group, <https://shoficookies.com/>, sedang menghadapi beberapa tantangan. Salah satu isu utama adalah tidak adanya dashboard visualisasi yang memungkinkan pemantauan penjualan kue secara real-time. Fitur ini sangat penting untuk memahami tren penjualan dan membuat keputusan bisnis yang tepat waktu dan efektif.

Shofi Group juga berencana untuk melebarkan sayapnya dalam pemasaran digital dengan memanfaatkan TikTok Bisnis. Mereka berkeinginan untuk memanfaatkan platform ini, yang populer di kalangan generasi muda, untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk mereka. Mereka berharap langkah ini akan membantu mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dan memperluas cakupan pasar mereka.

Perusahaan besar telah memanfaatkan teknologi internet untuk memperluas pemasaran dan perdagangan mereka. Namun, bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) seperti Shofi Group, penggunaan teknologi ini mungkin tidak mudah karena biaya yang tinggi dan kurangnya pengetahuan tentang teknologi internet.

Penelitian terkait mengkaji pentingnya penggunaan media sosial, khususnya TikTok, dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM. Studi kasus ini berfokus pada Paguyuban Witpari di Karanganyar, Jawa Tengah, sebuah kumpulan UMKM yang menawarkan berbagai produk. Penggunaan TikTok sebagai platform pemasaran online telah menunjukkan potensi dalam menarik minat konsumen. Melalui pelatihan pembuatan 'TikTok Shop', penelitian ini menunjukkan bagaimana inovasi digital dapat meningkatkan pemasaran produk dan memperluas jangkauan pasar UMKM ke tingkat global. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para pelaku usaha telah mampu membuat video pemasaran sendiri untuk platform media sosial tersebut, menunjukkan efektivitas metode pemasaran digital ini (Setyadi et al. 2023).

Penelitian selanjutnya membahas bagaimana teknologi informasi, khususnya penggunaan komputer, dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis, khususnya dalam konteks Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Komputer, sebagai alat pengolah data, membantu UMKM menyediakan informasi penjualan dengan cepat dan akurat. Studi ini mencakup penggunaan dashboard sederhana, suatu tampilan visual yang memungkinkan pemantauan informasi penting dengan mudah. Melalui program pengabdian kepada masyarakat, pelaku UMKM diajarkan untuk membuat dashboard sederhana melalui Focus Group Discussion (FGD) secara online. Hasilnya, kemudahan dalam penyajian informasi penjualan diperoleh, sekaligus meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM. Penelitian ini membuktikan pentingnya efisiensi dalam pengolahan data penjualan, yang pada gilirannya dapat memberikan informasi tepat dan akurat mengenai tren penjualan produk (Hariani et al. 2023).

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan fungsi dari situs web Shofi Group, <https://shoficookies.com/>, dengan menambahkan fitur dashboard visualisasi. sehingga memungkinkan pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat dan efisien untuk dapat digunakan sebagai alat pengambilan keputusan secara efektif, komunikatif, dan tepat sasaran (Lailatul Nafiisa et al. 2022). kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan pelatihan tentang TikTok Bisnis. Tujuannya adalah untuk membantu Shofi Group memperluas jaringan agen pemasarannya dan menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform populer ini. Dengan cara ini, Shofi Group dapat meningkatkan penjualan dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka.

Manfaat dari kedua kegiatan ini tidak hanya melibatkan peningkatan penjualan, tetapi juga memberikan Shofi Group kemampuan untuk beradaptasi dengan perkembangan digital dan memanfaatkan teknologi baru untuk mengembangkan bisnis mereka. Pengembangan

bisnis digital merujuk pada peningkatan kapasitas digital sebuah organisasi, serta sinkronisasi strategi, pemasaran, dan penjualan untuk lebih efektif menjangkau pasar dan konsumen, sehingga mendorong pertumbuhan yang berarti dan menciptakan nilai (Rochmawati et al. 2023).

METODE

Program Kegiatan Masyarakat (PKM) telah sukses dilaksanakan pada tanggal 20 Juli 2023, Kamis. Kegiatan ini diorganisir secara langsung atau offline, berlokasi di Rawamangun, sebuah daerah yang berada di Kecamatan Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Acara ini meraih partisipasi dari tiga wakil dari Shofi Group, menunjukkan komitmen dan dedikasi mereka terhadap kegiatan ini. Kegiatan berlangsung dalam waktu yang efisien, mulai dari pukul 08.00 hingga pukul 12.00 WIB, dengan semua agenda berjalan dengan lancar dan sesuai jadwal.

Tabel. 1 Jadwal Kegiatan PKM

Jam	Kegiatan	PIC
08.00 – 08.30	Persiapan acara PKM	TIM
08.30 – 08.45	Pembukaan & sekilas informasi mengenai Jurusan & kegiatan PKM	Syandra Sari, Dedy Sugiarto
08.45 – 09.00	Penjelasan Dashboard Visualisasi	Anung B Ariwibowo
09.00 – 10.00	Praktek pembuatan Dashboard Visualisasi	Muhamad Ichsan G
10.00 – 10.15	Penjelasan Tiktok Bisnis	Elita
10.15 – 11.15	Praktek Pembuatan Tiktok Bisnis	Elita, Putry
11.15 – 11.30	Pengisian Kuisisioner	Ratna Shofiati
11.30 – 12.00	Penutup dan Foto Bersama	TIM

Sebelum pelaksanaan Program Kegiatan Masyarakat (PKM), panitia telah berproaktif melakukan pengembangan website untuk UKM Shofi Group setahun sebelumnya. Selama proses pembuatan website, tim telah melaksanakan studi mendalam untuk menentukan aplikasi atau plugin yang paling cocok untuk platform WordPress, Plugin-plugin baik yang gratis maupun berbayar, membuat WordPress menjadi salah satu aplikasi open source yang paling banyak dipakai untuk mengelola konten (Pratiwi et al. 2020). Setelah melakukan evaluasi dan mempertimbangkan berbagai pilihan, tim akhirnya memilih plugin Ninja Charts

sebagai solusi yang paling sesuai. Keputusan ini didasarkan pada fakta bahwa Ninja Charts menyediakan antarmuka pengguna yang ramah dan intuitif, memungkinkan Shofi Group untuk memantau data penjualan mereka dengan efisien dan efektif melalui dashboard visualisasi.

Fitur utama Ninja Charts meliputi:

1. Integrasi yang mendalam dengan plugin Ninja Tables.
2. Antarmuka pengguna yang mudah dan intuitif.
3. Opsi kustomisasi desain dan tata letak.
4. Responsif dan ramah pengguna untuk perangkat seluler.
5. Proses instalasi dan penggunaan yang sederhana dan mudah.
6. Grafik yang ramah terhadap SEO.
7. Fasilitas shortcode untuk menambahkan grafik ke halaman atau postingan.
8. Pratinjau langsung pada panel admin.
9. Beragam tipe grafik yang dapat dipilih.
10. Dapat menggunakan berbagai sumber data.
11. Mesin rendering yang serbaguna.
12. Opsi format khusus dan pratinjau.
13. Dukungan pelanggan yang handal dan responsif.

Ninja Charts dirancang untuk memudahkan pembuatan grafik di situs web. pengguna hanya perlu menentukan judul dan jenis grafik, kemudian memasukkan nilai secara manual atau mengambil data langsung dari plugin Ninja Tables. Setelah proses tersebut selesai, plugin ini akan otomatis menghasilkan shortcode untuk satu grafik yang dapat ditanamkan di halaman atau postingan mana saja untuk menampilkan data yang relevan (WPManageNinja LLC 2022). Saat ini, Ninja Charts menawarkan berbagai gaya grafik yang dapat disesuaikan dengan data, termasuk: grafik garis, grafik lingkaran, grafik batang, grafik gelembung, grafik donat, grafik radar, grafik polar, grafik scatter, grafik area, grafik kombinasi, dan grafik batang horizontal.

Selain itu, permintaan dari Shofi Group untuk mempelajari dan memanfaatkan platform TikTok Bisnis juga telah menjadi bagian penting dari kegiatan ini. TikTok Bisnis, sebagai platform media sosial yang sedang naik daun, menawarkan peluang besar untuk Shofi Group untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mendorong pertumbuhan bisnis mereka.

TikTok Bisnis adalah platform yang dikembangkan oleh TikTok untuk membantu bisnis dalam menciptakan, mengukur, dan mengoptimalkan kampanye iklan mereka di aplikasi TikTok. TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial terbesar di dunia, dengan pengguna yang sangat aktif dan demografi pengguna yang luas. TikTok merupakan media sosial yang mengalami peningkatan pengguna di masa pandemi. (Delicia and Paramita 2022).

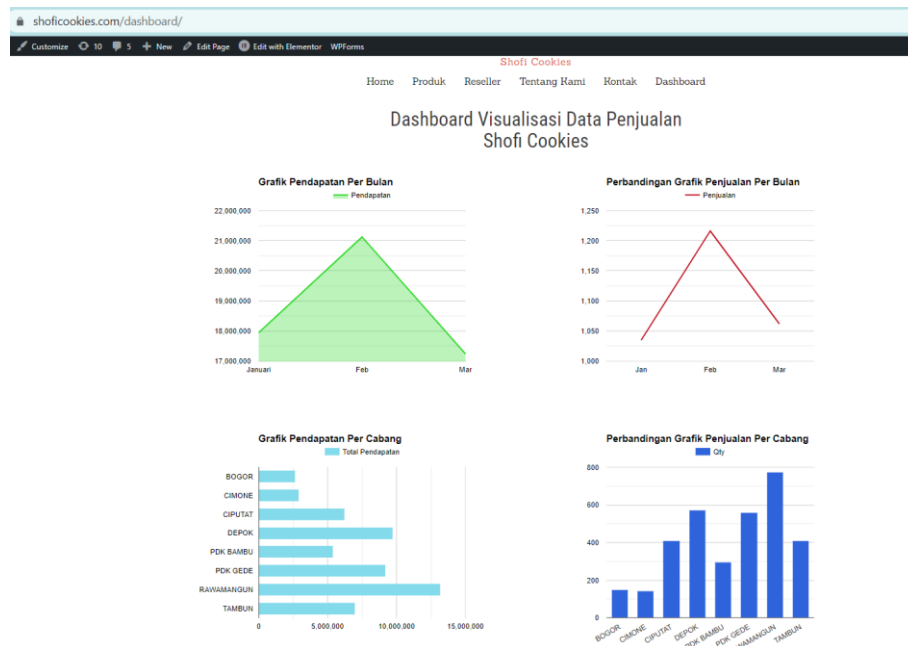
Fitur utama dari TikTok Bisnis termasuk:

1. TikTok Ads Manager: Aplikasi Tiktok memiliki fitur iklan yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan penyebaran konten yang dibuat (Dewa and Safitri 2021).
2. Berbagai format iklan: ini termasuk iklan in-feed, Branded Hashtag Challenges, Branded Effects, dan TopView, yang merupakan iklan video penuh layar yang ditampilkan saat pengguna pertama kali membuka aplikasi.
3. Alat kreatif: TikTok menyediakan alat kreatif yang memungkinkan bisnis untuk membuat iklan yang menarik dan menghibur yang sesuai dengan estetika unik platform tersebut.
4. Pengukuran dan analisis: TikTok Bisnis menyediakan analisis mendalam tentang bagaimana iklan berperforma, termasuk tayangan, klik, dan konversi (Hilal Ramadhan et al. 2021).

Dengan memanfaatkan TikTok Bisnis, Shofi Group dan bisnis lainnya diharapkan dapat menjangkau audiens baru, meningkatkan visibilitas mereka, dan mendorong pertumbuhan bisnis mereka.

HASIL

Hasil dari kegiatan ini adalah pembuatan dashboard visualisasi untuk website Shofi Cookies, yang bisa diakses melalui tautan berikut: <https://shoficookies.com/dashboard>. Dashboard ini dapat diakses dengan hak akses admin, memberikan wawasan mendalam tentang data penjualan dan metrik lainnya yang relevan untuk operasi bisnis. Detail dan penampilan dari dashboard ini dapat dilihat pada Gambar 1.



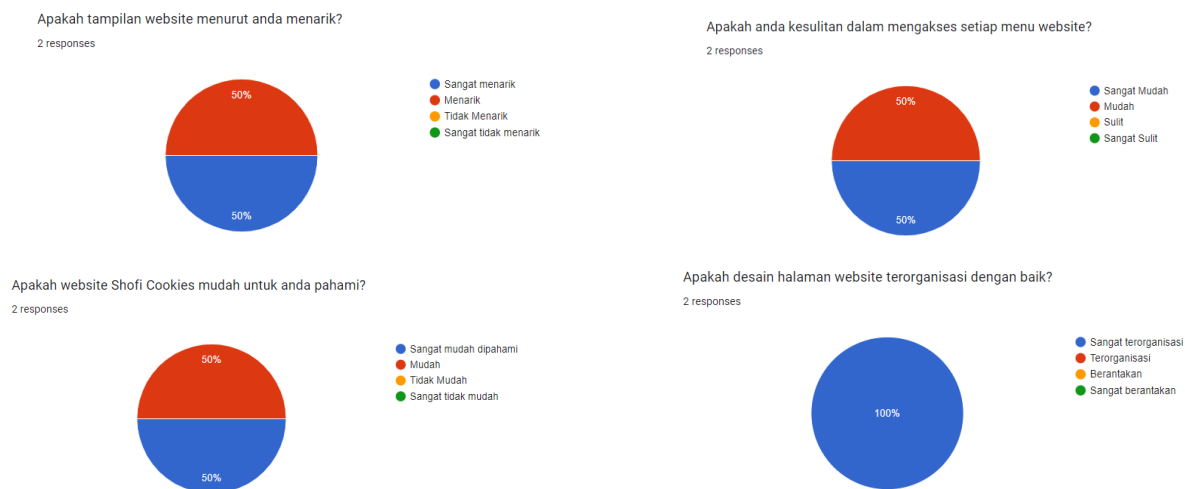
Gambar. 1 Dashboard Visualisasi Data Penjualan Shofi Cookies

Salah satu hasil penting lainnya dari kegiatan ini adalah pembuatan akun TikTok Bisnis, yang bisa diakses melalui tautan berikut: <https://www.tiktok.com/@wasathiyyah? t=8e8bvqtge8H& r=1>. Akun ini sudah aktif dan siap untuk melakukan live video, memberikan Shofi Group platform tambahan untuk melakukan penjualan produk. Dengan memanfaatkan fitur live video TikTok, Shofi Group dapat berinteraksi langsung dengan pelanggan mereka, memperkenalkan produk baru, dan menjawab pertanyaan secara real-time. Ini bukan hanya cara yang efektif untuk menjual produk, tetapi juga untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek.

DISKUSI

Setelah pelaksanaan Program Kegiatan Masyarakat (PKM), tim kami menyusun kuesioner yang ditujukan untuk peserta. Kuesioner ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas dan dampak dari kegiatan Pengembangan dan Pelatihan Dashboard Visualisasi Web UMKM Shofi Cookies.

Hasil dari kuesioner ini kemudian diproses dan ditampilkan dalam bentuk grafik batang untuk mempermudah interpretasi dan analisis. Ini memberikan pandangan visual yang jelas tentang feedback dan tanggapan dari peserta, membantu kami dalam mengevaluasi keberhasilan program ini dan merencanakan perbaikan dan peningkatan untuk kegiatan serupa di masa mendatang.



Gambar. 2 Hasil Kuisioner Dashboard Visualisasi

Berdasarkan tanggapan yang diterima melalui kuesioner, berikut adalah beberapa saran yang disampaikan oleh peserta untuk pengembangan lebih lanjut dari situs web Shofi Cookies:

1. Menambahkan musik latar atau background untuk meningkatkan pengalaman pengguna saat mengunjungi situs.
2. Menyertakan tautan ke marketplace dan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan dan interaksi dengan pengunjung situs.
3. Memasukkan foto produk saat ditampilkan di toko swalayan untuk membantu meyakinkan pembeli.
4. Menampilkan foto bersama pemilik bisnis, gambar dari tempat produksi, serta sertifikat halal dan BPOM untuk menambah kredibilitas dan transparansi.
5. Jika memungkinkan, memasukkan kolom testimoni yang bisa diakses oleh pembeli untuk memberikan umpan balik dan membangun kepercayaan dengan calon pembeli lainnya.
6. Menampilkan lebih banyak produk di masa depan untuk memberikan lebih banyak pilihan kepada pengunjung situs.





Gambar. 3 Hasil Kuisisioner Tiktok Bisnis

Berdasarkan data yang ditunjukkan dalam Gambar 2 hingga 3 dan menggunakan skala penilaian dari 1 hingga 5 (dengan 5 menunjukkan "Sangat Baik," 4 adalah "Baik," 3 adalah "Cukup," 2 adalah "Kurang Baik," dan 1 adalah "Tidak Baik"), dapat disimpulkan bahwa Program Kegiatan Masyarakat (PKM) Pelatihan Dashboard Visualisasi dan TikTok Bisnis untuk UMKM Shofi Cookies telah berjalan dengan sangat baik, sejalan dengan target yang ditetapkan oleh Jurusan Teknik Informatika Universitas Trisakti.

Lebih jauh lagi, kegiatan ini berhasil mendapatkan umpan balik yang positif dari Shofi Group, yang menyatakan bahwa pelatihan ini telah membantu mereka dalam mengembangkan bisnis mereka. Diharapkan bahwa keberhasilan PKM ini akan mendorong dilakukannya pelatihan serupa di masa depan, dan memberikan manfaat untuk kegiatan PKM lainnya, serta memperluas aplikasinya untuk berbagai kasus bisnis lainnya.

KESIMPULAN

Program Kegiatan Masyarakat (PKM) yang berfokus pada Pelatihan Dashboard Visualisasi dan TikTok Bisnis untuk UMKM Shofi Cookies telah berhasil dilaksanakan. Pelatihan ini dirancang dan dikelola oleh Jurusan Teknik Informatika Universitas Trisakti dan mendapat penilaian yang sangat baik dari peserta, sesuai dengan skala penilaian yang telah ditetapkan.

Penambahan dashboard visualisasi pada website Shofi Group dan pelatihan TikTok Bisnis telah membantu dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas Shofi Group dalam memantau data penjualan dan pemasaran produk mereka.

Feedback positif dari Shofi Group menunjukkan bahwa kegiatan ini telah memberikan manfaat nyata dalam membantu mereka mengembangkan bisnis mereka. Hasil ini menunjukkan pentingnya program semacam ini dalam mendukung UMKM untuk beradaptasi dengan teknologi digital dan memanfaatkan potensi yang ditawarkan oleh platform digital seperti TikTok.

Harapannya, keberhasilan PKM ini dapat menjadi fondasi untuk program serupa di masa mendatang, tidak hanya untuk Shofi Group, tetapi juga untuk UMKM lainnya yang ingin memanfaatkan teknologi digital dalam pengembangan bisnis mereka.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Trisakti yang memberi dana kegiatan pengabdian kepada masyarakat .

DAFTAR REFERENSI

- Delicia, Cindy, and Sinta Paramita. 2022. "Cindy Delicia, Sinta Paramita: Konten Tiktok Untuk Meningkatkan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rude Basic Dan Agate Deluxe) Konten Tiktok Untuk Meningkatkan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Rude Basic Dan Agate Deluxe)."
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. 2021. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (March): 65–71. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>.
- Hariani, Ermatry, Retno Febriyastuti Widyawati, Mochammad Fikri Firmansyah, Diantok Ari Saputra, and Ilvi Nur Diana. 2023. "Pembuatan Dashboard Sederhana Sebagai Media Representasi Data Penjualan UMKM." *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Vol. 2. <https://journal.pelitanusa.or.id/index.php/komunita>.
- Hilal Ramadhan, Ilham, Ryan Priatama, Awanis Akalili, and Febriansyah Kulau. 2021. "Analisis Teknik Digital Marketing Pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial) Analysis of Digital Marketing Techniques in Tiktok Application (Case Study of @jogjafoodhunterofficial)." *Online) Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial* 18, no. 1: 49–60.
- Lailatul Nafiisa, Birra, Yayang Novealita, Wahono Putri, and Qurratu Ayunin. 2022. "Dashboard Visualisasi Data UMK Sebagai Alat Pengambilan Keputusan Menggunakan Microsoft Power BI" 17, no. 2: 86–105. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>.
- Pratiwi, Dian, Gatot Budi Santoso, Is Mardianto, Agung Sedyono, and Abdul Rochman. 2020. "Pengelolaan Pengelolaan Konten Web Menggunakan Wordpress, Canva Dan Photoshop Untuk Guru-Guru Wilayah Jakarta." *Abdihaz: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat* 2, no. 1 (June): 11. <https://doi.org/10.32663/abdihaz.v2i1.1093>.
- Rochmawati, Dwi Robiul, Hani Hatimatunnisani, Mira Veranita, and Politeknik Pajajaran. 2023. "Mengembangkan Strategi Bisnis Di Era Transformasi Digital." *Jurnal Ilmiah Manajemen* 14, no. 1: 2023–2101. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.3076>.
- Setyadi, Heribertus Ary, Galih Setiawan Nurohim, Wawan Nugroho, and Sutanto Sutanto. 2023. "Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar." *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (April): 1–8. <https://doi.org/10.31294/abditeknika.v3i1.1726>.

Sugiarto, Dedy, Ratna Shofiati, Syandra Sari, Muhamad Ichsan Gunawan, Ridho Rachmat Giffary, Ida Jubaidah, and Azhar Rizki Zulma. 2022. "Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Pengembangan Dan Pelatihan Pengelolaan Situs Web UMKM Shofi Cookies." Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat 2, no. 2: 1681–87. <https://inacookies.co.id/>.

WPManageNinja LLC. 2022. "Ninja Chart." Wordpress. 2022.