Pendampingan UMKM Dalam Penerapan Teknologi Finansial Melalui Pemanfaatan Tiktok Shop Seller Center Pada WANPAKUSANDIWCH.TRK

Mappa Panglima Banding[1], Alamsa[2], Sumiati[3], Uswatung Hasana[4], Anis Farisa[5], Andi Rosita Aulia[6], Nadila Hasbi Ananta[7], Suriansyah[8], Dwi Prayoga[9], Ruslan[10], Riskiyanto[11], Perani[12]

[1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11]Universitas Borneo Tarakan, Indonesia

✉[5] anisfarisa13@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted: 04 April 2026

Revised: 04 April 2026

Accepted: 04 April 2026

Published: 05 April 2026

Kata Kunci:

UMKM; Teknologi; Finansial; Tiktok Shop

Keywords:

UMKM; Technology; Financial; Tiktok Shop

Corresponding author:

Name: Anis Farisa
Address: Universitas Borneo Tarakan
E-mail: anisfarisa13@gmail.com

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam penerapan teknologi finansial berbasis digital. UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK merupakan pelaku usaha di bidang makanan dan minuman yang berencana memanfaatkan TikTok Shop sebagai media pemasaran, tetapi masih memiliki keterbatasan dalam memahami dan mengoperasikan fitur-fitur keuangan yang tersedia pada TikTok Shop Seller Center. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melakukan pendampingan penerapan teknologi finansial melalui pemanfaatan TikTok Shop Seller Center guna mendukung pengelolaan penjualan secara digital. Metode yang mdigunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pendampingan yang meliputi identifikasi permasalahan, pendampingan pendaftaran akun, bimbingan penggunaan fitur Seller Center, pengelolaan katalog produk, serta evaluasi hasil pendampingan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan literasi digital dan kemampuan UMKM dalam mengelola transaksi penjualan online secara mandiri, mulai dari pengelolaan pesanan, pembayaran, hingga pencairan dana. Pendampingan ini diharapkan dapat mendukung penguatan manajemen keuangan dan keberlanjutan UMKM dalam ekosistem bisnis digital.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting Indonesia's economic growth; however, many MSMEs still face challenges in adopting digital-based financial technology. WANPAKUSANDIWCH.TRK is a food and beverage MSME that is planning to utilize TikTok Shop as a digital marketing platform but has limited understanding and skills in operating the financial features available in the TikTok Shop Seller Center. This community service activity aimed to provide assistance in the application of financial technology through the utilization of TikTok Shop Seller Center to support digital sales management. The method used was a descriptive qualitative approach through structured mentoring, which included problem identification, assistance in account registration, guidance on the use of Seller Center features, product catalog management, and evaluation of implementation

results. Data were collected through observation, interviews, and documentation during the mentoring process. The results showed an improvement in digital literacy and the ability of the MSME to manage online sales transactions independently, including order management, payment processing, and sales revenue withdrawal. This mentoring activity contributes to strengthening financial management practices and supporting the sustainability of MSMEs within the digital business ecosystem.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global diwarnai oleh gelombang akselerasi digital yang dikenal sebagai Revolusi Industri 4.0. Transisi ini menempatkan teknologi informasi sebagai fondasi utama dalam operasional bisnis (Putera et al., 2023). Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional, yang menyumbang lebih dari separuh Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi penyerap tenaga kerja terbesar (Bisthomi et al., 2025). Oleh karena itu, kemampuan UMKM untuk beradaptasi dan menginternalisasi inovasi teknologi menjadi faktor penentu keberlanjutan dan daya saing mereka di pasar (Rahmawati et al., 2025). Dalam upaya transformasi ini, sektor keuangan memainkan peran yang fundamental. Akses terbatas terhadap pembiayaan formal dan inefisiensi dalam pengelolaan transaksi telah lama menjadi kendala klasik bagi UMKM. Menjawab tantangan tersebut, inovasi di bidang teknologi finansial muncul sebagai katalisator utama.

Teknologi Finansial (Financial Technology atau FinTech) didefinisikan sebagai konvergensi antara teknologi dan layanan keuangan yang menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk baru yang berdampak material terhadap penyediaan jasa keuangan (Banding, 2023). Lebih lanjut, FinTech hadir untuk menciptakan sistem keuangan yang lebih efisien, transparan, dan inklusif (Siregar et al., 2023). Peran FinTech, terutama dalam bentuk pembayaran digital, manajemen keuangan berbasis aplikasi, dan Peer-to-Peer (P2P) Lending, telah terbukti mampu memediasi peningkatan akses modal dan efisiensi operasional bagi UMKM (Asmoro et al., 2025; Oktaviani & Yulhendri, 2025). Adopsi FinTech tidak hanya meningkatkan kinerja keuangan, tetapi juga memperkuat literasi keuangan digital pelaku usaha (Astari & Candraningrat, 2022).

Digitalisasi UMKM tidak dapat dilepaskan dari ranah pemasaran, khususnya melalui platform social commerce. Platform media sosial, seperti TikTok, telah berevolusi menjadi kanal penjualan yang masif melalui fitur TikTok Shop. Fitur ini memungkinkan interaksi langsung antara penjual dan pembeli (live streaming) dan terbukti efektif dalam

menjangkau audiens yang luas serta meningkatkan volume penjualan bagi UMKM (Priyono, 2023). UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK merupakan salah satu entitas yang berupaya mengoptimalkan jangkauan pasar melalui strategi ini.

Namun, keberhasilan di ranah pemasaran digital harus diikuti dengan kapabilitas manajemen keuangan yang memadai. Inti dari penjualan di TikTok Shop adalah

pengelolaan pendapatan, pelacakan pesanan, dan proses penarikan dana, yang semuanya terpusat pada sistem TikTok Shop Seller Center. Di sinilah letak kritikalitas penerapan FinTech. Penggunaan Seller Center yang optimal tidak hanya sebatas input produk, melainkan meliputi pemanfaatan fitur-fitur internalnya sebagai alat bantu pencatatan transaksi, rekonsiliasi pembayaran, hingga analisis arus kas digital (Aisyah et al., 2023).

Urgensi Penelitian ini terletak pada kesenjangan antara potensi besar platform digital dan rendahnya tingkat kapabilitas manajerial UMKM. Data menunjukkan bahwa meskipun banyak UMKM telah online, mereka masih menghadapi hambatan serius dalam literasi digital dan kemampuan mengadopsi teknologi secara holistik, terutama untuk urusan back- office seperti manajemen finansial (Pratamansyah, 2024). Kurangnya pemahaman mendalam tentang fungsionalitas FinTech yang terintegrasi di Seller Center dapat mengakibatkan pencatatan keuangan yang tidak akurat, kesulitan dalam rekonsiliasi pendapatan, dan kegagalan dalam memanfaatkan data transaksi untuk pengambilan keputusan bisnis yang strategis.

Oleh karena itu, pendampingan menjadi katalisator esensial. Model pendampingan yang terstruktur, seperti yang dilakukan dalam penelitian ini, bertujuan untuk mentransfer pengetahuan dan keterampilan praktis kepada UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK dalam mengoperasikan TikTok Shop Seller Center secara penuh, khususnya dalam konteks penerapan teknologi finansial.

Berdasarkan latar belakang dan urgensi di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis dan mendokumentasikan tahapan serta metodologi pendampingan yang efektif dalam meningkatkan kompetensi UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK dalam pemanfaatan FinTech melalui TikTok Shop Seller Center.
2. Menguji signifikansi peningkatan literasi dan implementasi manajemen keuangan digital oleh UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK pasca-program pendampingan.
3. Memberikan kontribusi empiris dan rekomendasi kebijakan terkait model intervensi digitalisasi yang terfokus pada aspek finansial bagi UMKM di Indonesia.



Gambar 1. Lokasi Mitra UMKM WANPAKUSANDWICH.TRK

METODE DAN PELAKSANAAN

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM yang bergerak di bidang usaha makanan dan minuman, yaitu WANPAKUSANDWICH.TRK, yang berlokasi di Jl. Akasia, Gn. Lingkas, Kecamatan Tarakan Timur, Kota Tarakan, Kalimantan Utara. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan pendampingan UMKM dalam penerapan teknologi finansial (Fintech) melalui pemanfaatan TikTok Shop Seller Center guna mendukung aktivitas penjualan secara digital. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode pendampingan. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman kondisi aktual, pengalaman, serta permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital tanpa melakukan manipulasi terhadap objek penelitian. Metode pendampingan digunakan sebagai bentuk intervensi langsung untuk membantu pelaku UMKM dalam memahami dan menerapkan penggunaan TikTok Shop Seller Center secara optimal.

Objek penelitian ini adalah UMKM WANPAKUSANDWICH.TRK, sedangkan subjek penelitian adalah pemilik usaha. Fokus penelitian diarahkan pada permasalahan rendahnya pemahaman terhadap alur dan prosedur pendaftaran TikTok Shop,

keterbatasan dalam penggunaan fitur pengelolaan toko online, serta kesulitan dalam mengunggah dan menata produk ke dalam katalog penjualan.

Tahap awal penelitian dilakukan melalui identifikasi permasalahan yang dihadapi UMKM. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data awal melalui observasi langsung dan wawancara mendalam. Observasi dilakukan untuk mengamati aktivitas pengelolaan toko online serta kondisi awal pemanfaatan TikTok Shop. Wawancara dilakukan untuk menggali informasi mengenai tingkat pemahaman pelaku usaha terhadap pendaftaran TikTok Shop, penggunaan fitur Seller Center, serta kendala dalam pengelolaan katalog produk.

Berdasarkan hasil pengumpulan data awal, selanjutnya dilakukan perencanaan dan pelaksanaan pendampingan. Pendampingan meliputi bimbingan dalam proses pendaftaran TikTok Shop Seller Center, pendampingan penggunaan fitur-fitur pengelolaan toko, serta pendampingan dalam proses unggah dan penataan produk ke dalam katalog penjualan. Kegiatan pendampingan dilakukan secara langsung dan disesuaikan dengan kebutuhan serta kemampuan pelaku UMKM.

Tahap akhir penelitian adalah evaluasi hasil pendampingan. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan cara mengelompokkan data berdasarkan tema permasalahan, menginterpretasikan perubahan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM, serta mengaitkannya dengan konsep pemanfaatan platform digital dalam konteks Fintech. Hasil analisis digunakan untuk memberikan gambaran mengenai peran pendampingan dalam mendukung penerapan TikTok Shop sebagai sarana penjualan UMKM.

Tahapan penelitian secara keseluruhan disajikan dalam bentuk flowchart penelitian dan pendampingan untuk memperjelas alur kegiatan secara sistematis dan terstruktur.



Gambar 2. Flowchart Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menghasilkan sejumlah temuan terkait penerapan teknologi finansial pada UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK melalui pemanfaatan TikTok Shop Seller Center. Hasil penelitian diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi selama proses pendampingan berlangsung. Hasil utama menunjukkan bahwa sebelum pendampingan dilakukan, pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan pemahaman terkait pemanfaatan platform digital berbasis FinTech, khususnya dalam pengelolaan transaksi penjualan online. Setelah dilakukan pendampingan secara bertahap, UMKM menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menggunakan TikTok Shop Seller Center sebagai sarana penjualan dan pengelolaan transaksi digital.

Hasil Pendampingan Pendaftaran Akun TikTok Shop

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap awal, pelaku UMKM belum memahami prosedur pendaftaran akun TikTok Shop Seller, termasuk persyaratan administrasi dan mekanisme verifikasi akun. Melalui pendampingan, UMKM berhasil menyelesaikan seluruh tahapan pendaftaran hingga akun dinyatakan aktif dan dapat digunakan untuk kegiatan usaha. Temuan ini menunjukkan adanya peningkatan literasi digital pelaku UMKM, khususnya dalam memahami prosedur penggunaan platform digital sebagai bagian dari sistem teknologi finansial.



Gambar 3. Pendampingan Akun Tiktok Shop

Hasil Pendampingan Penggunaan Fitur TikTok Shop Seller Center

Hasil pendampingan pada penggunaan fitur Seller Center menunjukkan bahwa UMKM mampu mengoperasikan fitur-fitur utama, seperti pengelolaan pesanan, pengaturan metode pembayaran, serta penautan rekening bank untuk pencairan dana. UMKM juga mampu memahami alur transaksi digital, mulai dari pemesanan hingga penerimaan dana hasil penjualan. Pemanfaatan fitur Seller Center membantu UMKM dalam mencatat dan memantau transaksi secara lebih sistematis, sehingga proses pengelolaan keuangan usaha menjadi lebih terstruktur dibandingkan sebelumnya.

Hasil Pendampingan Pengelolaan Katalog Produk

Hasil penelitian pada tahap pengelolaan katalog produk menunjukkan adanya peningkatan kemampuan UMKM dalam mengunggah produk ke etalase TikTok Shop. Setelah pendampingan, UMKM mampu menentukan kategori produk, menyusun deskripsi produk, serta mengatur harga dan stok dengan lebih tepat. Selain itu, UMKM memahami pentingnya penggunaan visual produk yang menarik dan informasi produk yang jelas sebagai strategi untuk meningkatkan daya tarik konsumen di platform digital.

Hasil Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap proses operasional mitra serta wawancara untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman dan kemandirian UMKM setelah mengikuti program pendampingan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa UMKM telah mampu mengoperasikan TikTok Shop secara mandiri, termasuk dalam pengelolaan toko online dan pemahaman alur transaksi digital. Meskipun demikian, kemampuan mitra dalam mengembangkan konten promosi dan memanfaatkan fitur analisis penjualan masih terbatas. Kondisi ini mengindikasikan perlunya pendampingan lanjutan agar UMKM dapat mengoptimalkan strategi pemasaran digital berbasis data. Selain itu, peningkatan kinerja penjualan secara kuantitatif belum dapat dianalisis secara menyeluruh karena implementasi TikTok Shop masih berada pada tahap awal. Oleh karena itu, evaluasi pada penelitian ini difokuskan pada aspek kesiapan digital dan peningkatan literasi teknologi sebagai fondasi dalam mendukung keberlanjutan pengelolaan pemasaran digital UMKM.



Gambar 4. Finalisasi akun Tiktok Shop Seller Bersama owner

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendampingan penerapan teknologi finansial melalui TikTok Shop Seller Center memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital dan kemampuan pengelolaan usaha UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan pendampingan berbasis praktik langsung efektif dalam membantu UMKM memahami dan mengaplikasikan teknologi FinTech.

Secara teoritis, pemanfaatan platform digital berbasis FinTech memungkinkan UMKM untuk meningkatkan efisiensi transaksi, transparansi pencatatan keuangan, serta jangkauan pasar. Hasil penelitian ini memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa adopsi teknologi finansial berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa proses pendampingan tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai upaya peningkatan kapasitas (capacity building) UMKM secara berkelanjutan. Dengan kemampuan mengelola TikTok Shop Seller Center secara mandiri, UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK memiliki kesiapan yang lebih baik untuk beradaptasi dengan perkembangan ekosistem bisnis digital.

Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penguatan (reinforcement) terhadap fenomena ilmiah terkait peran teknologi finansial dalam pengembangan UMKM, sekaligus memberikan kontribusi praktis dalam bentuk model pendampingan berbasis platform digital.

PENUTUP

Berikut adalah draf bagian Penutup dan Ucapan Terima Kasih yang disusun berdasarkan isi artikel pengabdian masyarakat tersebut:PENUTUPKegiatan pengabdian masyarakat berupa pendampingan pada UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK telah berhasil meningkatkan literasi digital dan kemampuan mitra dalam mengadopsi teknologi finansial melalui platform TikTok Shop Seller Center. Melalui tahapan identifikasi, pelatihan, hingga praktik langsung, pelaku usaha kini mampu mengelola toko online secara mandiri, mulai dari pendaftaran akun, penataan katalog produk, hingga pengelolaan transaksi keuangan digital yang mencakup pemantauan pembayaran dan pencairan dana.Penerapan teknologi finansial ini terbukti memberikan kontribusi positif dalam menciptakan sistem manajemen keuangan yang lebih terstruktur, transparan, dan efisien bagi UMKM. Meskipun demikian, diperlukan pendampingan

berkelanjutan terutama dalam optimalisasi strategi pemasaran berbasis data dan pengembangan konten promosi yang lebih kreatif agar daya saing mitra di ekosistem ekonomi digital dapat terus meningkat secara kuantitatif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Universitas Borneo Tarakan, atas dukungan institusional sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.
2. Pemilik UMKM WANPAKUSANDIWCH.TRK, atas keterbukaan, kerja sama, dan antusiasme yang luar biasa selama proses pendampingan berlangsung di lokasi mitra.
3. Tim Penulis dan Rekan-rekan Mahasiswa, atas dedikasi dan kerja kerasnya dalam mengidentifikasi permasalahan hingga menyelesaikan seluruh tahapan kegiatan pendampingan ini.

Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan sektor UMKM, khususnya di Kota Tarakan, dalam menghadapi tantangan ekonomi di era digital

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, S., Sumi, R., Purba, S., Kharianti, F., & Siagian, M. (2023). Pemanfaatan Aplikasi TikTok Shop Sebagai Media Promosi Terhadap UMKM Toko Hijab Abiee Hijab di MMTC. JNB: Jurnal Nusantara Berbakti, 1(1), 10–20. https://ukitoraja.id/index.php/jnb/article/view/52/49

Asmoro, W. K., Setiawan, M. A., & Setianingsih, N. A. (2025). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Aksesibilitas Kredit Terhadap Keberlangsungan UMKM. Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, 9(1), 575–592. https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v9i1.2547

Astari, N. P. R. P., & Candraningrat, I. R. (2022). Pengaruh Fintech Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Manajemen Strategi Dan Simulasi Bisnis (JMASSBI), 3(1), 68–81. https://doi.org/https://doi.org/10.25077/mssb.3.1.68-81.2022

Astini, Y., Setiawati, E., Khazin, A., Ardika, I. G., Putra, W., Pendidikan, J., & Mataram, N. (2024). Peningkatan Kinerja UMKM di Kota Mataram Melalui Literasi Keuangan , Financial Technology , dan Inklusi Keuangan. 6(2). https://doi.org/10.32877/ef.v6i2

Banding, M. P. (2023). Financial Technology Suatu Pengantar (R. Kusumawati (ed.)). CV. Mega PRess Nusantara.

Banding, M. P. (2023). Financial Technology (Suatu Pengantar). Mega Press Nusantara. Bisthomi, I., Irawan, J. D., & Qisti, L. (2025). Peran Financial Technology Peer-To-Peer (P2p)

Lending Dalam Mendukung Pengembangan Umkm Studi Kasus : Kampoeng Batik Laweyan. Technology and Economics Law Journal, 4(1), 543–559. https://doi.org/10.21143/TELJ.vol4.no1.1060

Bogor, K. C. (2024). Penyuluhan pemasaran digital untuk meningkatkan kesejahteraan pelaku umkm di desa ciampea kecamatan ciampea bogor. 02(02), 1–5.

Budimas, J. (2025). No Title. 07(02).

Dan, K., Di, M., Candi, K., Bahtera, N. T., & Estetiono, A. (2023). DARMABAKTI CENDEKIA : 05(2), 122–127. https://doi.org/10.20473/dc.V5.I2.2023.122-127

Fadilah, A., Sari, P., Wicaksono, A., Islamiyah, I., Chabibulloh, M. A., Asrul, R. S., & Salman,

M. (2025). Nusantara Community Empowerment Review Berusaha untuk Pengembangan UMKM Melalui Online Single Submission sebagai Upaya Meningkatkan Legalitas Usaha. 3(2), 182–186.

Farid, S. S. M., Rochman, N. T., & Nugraha, Y. (2024). ANALYSIS OF MSME'S FINANCIAL AND BUSINESS IMPROVEMENT MODEL THROUGH DIGITAL ECONOMY SERVICES AND FINTECH STRATEGY. 22(2), 426–443.

Mappangile, I. M., Syahran, S., Alamsa, A., Andilolo, O. P., & Angreani, N. (2025). Pelatihan Akuntansi bagi UMKM Desa Wisata Pulau Sapi Kabupaten Malinau. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka, 3(4), 908–916. https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.318

Mustabirin, N., Kartiko, C., & Prasetyo, N. A. (2021). Perancangan Aplikasi Pengenalan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Berbasis Android. Journal of Informatics, Information System, Software Engineering and Applications (INISTA), 4(1), 1–11. https://doi.org/10.20895/inista.v4i1.257

Muzhafar, M. D., Alhakam, A. H., & Farchatun, A. (n.d.). Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Peran Fintech dalam Pembayaran Qris Bagi Umkm Di Dusun Sapen Desa Demangan Yogyakarta. 5(1).

Nugraha, D. P., Setiawan, B., Nathan, R. J., & Farkas, M. F. (2022). Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8(4), 208. https://doi.org/10.3390/joitmc8040208

Oktaviani, W., & Yulhendri. (2025). Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial (Fintech) terhadap Pertumbuhan UMKM. Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial, 3(2), 119–123. https://doi.org/10.5281/zenodo.16936597

Pratamansyah, S. R. (2024). Transformasi Digital dan Pertumbuhan UMKM : Analisis Dampak Teknologi pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Perencanaan Kebijakan, 2(2), 1–17.

Priyono, M. B. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(17), 497–506. https://doi.org/10.5281/zenodo.8315865

Putera, M. T. F., Halik, A., & Zidni, M. H. (2023). PENGARUH ADOPSI TEKNOLOGI DIGITAL, INOVASI PRODUK, DAN KEBIJAKAN FISKAL TERHADAP PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DALAM ERA EKONOMI DIGITAL DI KALIMANTAN TIMUR. CITACONOMIA :

Economic and Business Studies, 4(4), 1–15.

Rahmawati, F., Sihombing, V. D., Fauziah, Astuti, T., & Redjeki, F. (2025). Implementasi E-

Bussines dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan UMKM. Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS), 4(1), 249–254. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.402

Sahid, A. (2024). Digital Marketing Adoption Strategy of Legendary Micro , Small , and Medium Enterprises (MSMEs) in Makassar City. 7(2), 442–450. https://doi.org/10.34007/jehss.v7i2.2375

Setyadi, H. A., Nurohim, G. S., & Nugroho, W. (2023). Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar. 3(April), 1–8.

Siregar, R. A., Sari, R. L., & Ruslan, D. (2023). Peranan Financial Technology Dalam Perkembangan Umkm Di Era Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19 Di Indonesia. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 9(14), 635–641.