



Workshop on the Use of Tiktok Shop in the Start Up Business World with Karang Taruna Dumas

Rr Dinar Soelistyowati^{1*}, Haldy Hendryansyah², Septian Arief Permana³, Fajar Ilham Saputra⁴, Hauzan Akmal Munggaran⁵, Ghazy Muhammad Ghifar⁶, Alvin Surya Saputra⁷, Turino Setiawan⁸

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: Rr Dinar Soelistyowati

dinar.soelistyowati@dsn.ubharajaya.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Tiktok Shop, Startup, Karang Taruna Dumas, WorkShop, MSMEs

Received : 12 April

Revised : 24 May

Accepted: 23 June

©2024 Soelistyowati, Hendransyah, Permana, Saputra, Munggaran, Ghfar, Saputra, Setiawan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This workshop aims to enable Karang Taruna participants to start businesses by utilizing technology to create jobs and income for Karang Taruna Dumas Bekasi City area activities and provide knowledge to other teenagers around the Duta Harapan and Telaga Mas areas. In the implementation of socialization and workshop activities, it is provided directly using a face-to-face method by the implementing team as well as providing materials and workshop training on related titles. In the implementation, participants are given workshop training with the aim of training and managing their own business in a good and structured manner in order to utilize technology and Internet. Community service activities carried out on Sunday, June 23 2024. This activity was carried out to provide knowledge about how to understand and recognize startups and how to start a business in a well-structured manner

Workshop Pemanfaatan Tiktok Shop dalam Dunia Bisnis Start Up Bersama Karang Taruna Dumas

Rr Dinar Soelistyowati^{1*}, Haldy Hendryansyah², Septian Arief Permana³, Fajar Ilham Saputra⁴, Hauzan Akmal Munggaran⁵, Ghazy Muhammad Ghifar⁶, Alvin Surya Saputra⁷, Turino Setiawan⁸

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: Rr Dinar Soelistyowati

dinar.soelistyowati@dsn.ubharajaya.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Tiktok Shop, Startup, Karang Taruna Dumas, WorkShop, UMKM

Received : 12 April

Revised : 24 May

Accepted: 23 June

©2024 Soelistyowati, Hendransyah, Permana, Saputra, Munggaran, Ghfar, Saputra, Setiawan: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Workshop ini bertujuan untuk membuat peserta karang taruna dapat memulai bisnis dengan memanfaatkan teknologi guna menciptakan lapangan pekerjaan dan pemasukan untuk kegiatan wilayah Karang Taruna Dumas Kota Bekasi dan memberikan ilmu kepada remaja lain nya di sekitar wilayah Duta Harapan dan Telaga Mas. Dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan workshop diberikan secara langsung dengan metode tatap muka oleh tim pelaksana serta memberikan materi dan pelatihan workshop tentang judul yang terkait Dalam implementasi para peserta diberikan pelatihan workshop dengan tujuan untuk melatih dan mengatur bisnis mereka sendiri secara baik dan terstruktur guna memanfaatkan teknologi dan internet. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada hari Minggu, 23 Juni 2024. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan tentang bagaimana memahami dan mengenal startup dan untuk bagaimana memulai bisnis secara terstruktur baik

PENDAHULUAN

Saat ini kemajuan teknologi yang begitu pesat, bahkan sistem berbelanja telah mengalami perubahan yang sangat besar dan signifikan bagi masyarakat umum. Selain itu dunia bisnis semakin berubah seiring dengan perkembangan jaman khususnya dalam dunia digital. Jejaring sosial bahkan terus membantu masyarakat luas dalam melakukan kegiatan dan aktivitas mereka. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa era teknologi dan digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan dan bisnis sehari-hari, terutama dalam hal strategi pemasaran dan bahkan penjualan produk dan memberikan sebuah layanan yang mulai dipromosikan melalui website dan juga media sosial. (Priyono, M. B., 2023)

Tiktok adalah contoh media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh pebisnis jaman sekarang. Banyaknya fitur menu yang dimiliki serta menarik untuk membuat konten video kreatif. Pebisnis juga dapat menggunakannya untuk membuat suatu iklan atau promosi terhadap produk ataupun layanan yang mereka inginkan. (Rahmatillah, F., & Saefuloh, 2022). Tiktok merupakan aplikasi jejaring sosial media dan merupakan platform video musik yang memungkinkan para pengguna untuk membuat, mengedit, dan berbagi klip video pendek yang didukung music dengan filter. Tiktok pun memungkinkan pengguna untuk membuat atau meningkatkan bisnis.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam mendorong dan mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria usaha mikro. Dalam hal ini, tujuan Karang Taruna Dumas adalah untuk memiliki bisnis UMKM. Tujuannya adalah untuk memberikan sebuah kontribusi yang signifikan dengan memberikan sumber daya untuk berwirausaha dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar wilayah nya. Dengan adanya produk UMKM Karang Taruna Dumas, mereka dapat terus berkembang untuk mampu bersaing secara global. Dengan tujuan untuk memulai sesuatu yang bermanfaat dan memiliki keuntungan yang signifikan dalam dunia bisnis. Saat ini media periklanan semakin berkembang, produsen dan pemasaran harus lebih inovatif dalam promosi barang mereka. Tujuan dalam kegiatan ini adalah mempertahankan eksistensi Karang Taruna Dumas dan meningkatkan keuntungan komersial. Persaingan yang semakin ketat dengan penyedia ketat dengan penyedia produk sejenis dapat berdampak pada tingkat penjualan dan pendapatan bahkan UMKM yang menjual barang serupa.

Target dalam kegiatan abdimas (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini adalah Karang Taruna Dumas yang merupakan kelompok remaja yang memanfaatkan wilayah dan keterampilan seseorang untuk remaja lain di wilayah Perumahan Duta Harapan Dan Telaga Mas. Dengan begitu organisasi karang taruna berdiri secara independen dan menciptakan lapangan pekerjaan dan memiliki pemasukan yang sangat baik untuk memulai kegiatan masyarakat di sekitar wilayah Duta Harapan dan Telaga Mas. Memberikan bagaimana Karang Taruna Dumas dapat menciptakan produk UMKM untuk menambah pemasukan organisasi untuk keperluan masyarakat dan

memberikan ilmu kepada remaja lain nya di sekitar wilayah Duta Harapan dan Telaga Mas

PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan di Aula Sekretariat RW 014, Jl. Telaga Mas XI RT.011/RW.14, Kelurahan Harapan Baru, Kecamatan Kota Bekasi Utara. Minggu, 23 Juni 2024. Metode yang dilakukan berupa tatap muka secara langsung dengan para peserta dalam kegiatan ini yaitu pemuda - pemudi dari Karang Taruna Dumas Kota Bekasi dimana mayoritas mereka merupakan para pelajar kalangan Sekolah Menengah Atas dan Bawah, yang memang ingin memulai sebuah bisnis dengan memanfaatkan Tiktok Shop untuk kepentingan bersama dan lingkungan di sekitar. Jumlah peserta dalam kegiatan ini sebanyak 12 orang dari remaja Karang Taruna Dumas Kota Bekasi.

Dalam kegiatan sosialisasi dan workshop ini, adalah cara belajar (*a way learning*) dengan berbagai ide, prosedur give and take, atau "suatu system kerja yang selaras dengan jiwa gotong-royong" (Sora, 2016).. Menurut Kolb dalam bukunya "pembelajaran eksperimen : pengalaman sebagai sumber pembelajaran dan kemajuan" workshop adalah jenis pembelajaran aktif yang memungkinkan peserta untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang mendorong pemahaman yang lebih mendalam dan eksplorasi melalui pengalaman langsung. Workshop komunikasi membantu peserta belajar berkomunikasi melalui simulasi, peran, dan diskusi kelompok. (Kolb, 1984) dalam pelaksanaannya, sebuah workshop juga bias saja dibagi menjadi beberapa kelompok yang dibentuk dengan berbagai macam tujuan, seperti : melihat demonstrasi-demonstrasi, mendengarkan, serta mengevaluasi topic tersebut setelahnya. Pada umumnya sebuah workshop akan terdiri dari seorang pimpinan workshop, anggota, dan para narasumber informasi.

Materi Sosialisasi & Workshop Pemanfaatan Tiktok Shop Dalam Dunia Bisnis Start Up Dengan Menggunakan Media Sosial Tiktok Shop untuk remaja Karang Taruna Dumas, meliputi:

1. Pemberian Materi yang dibawakan oleh Ibu Dosen Dr. Rr Dinar Soelistyowati, S.Sos, M.M, M.I.Kom berjudul "Memahami dan Mengenal StartUp" yang membahas tentang pengertian startup, jenis startup di Indonesia, karakteristik startup, dan perbedaan antara jenis startup dan Perusahaan Konvensional.
2. Pemberian materi kedua yang dibawakan oleh tim mahasiswa fikom ubhara jaya, yang berjudul " Pemanfaatan TiktokShop Dalam Dunia Bisnis Startup" yang membahas sebuah Yang pertama adalah "Bisnis dalam Media Sosial Tiktok" lalu dilanjutkan pada materi bab kedua yaitu "Keuntungan dalam dunia Bisnis Startup di Media Sosial TiktokShop" hal ini mencakup bagaimana manfaat tiktok dalam media promosi dan juga meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan beberapa fitur yang ada di media sosial tiktok. Yang terakhir adalah penyampaian "Bagaimana TiktokShop Membantu Penghasilan Dalam Dunia Bisnis".
3. Workshop yang dilakukan tim mahasiswa fikom ubhara jaya mengenai pembuatan "Tiktok Seller App Sebagai Media Utama dalam

Mengembangkan Bisnis Startup Di Media Sosial Tiktok Shop” dengan dibagi 3 bab utama, yang pertama adalah “ Pendaftaran dan Pengkaitkan Akun Tiktok Menjadi TiktokShop”. Lalu dilanjutkan dengan “Pengunaan Aplikasi Tiktok Seller App dan Menampilkan Produk”. Dan yang terakhir adalah “ Analisis Promosi dan Pemasukan Sebuah Produk Yang Dijual”.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Proses Registrasi Awal Para Peserta

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Aula Sekretariat RW 014, Kelurahan Harapan Baru, Kecamatan Bekasi Utara, Kota Bekasi pada hari Minggu, 23 Juni 2024 dengan waktu mulai jam 11.00 – 13.20. Lalu melakukan registrasi bagi para peserta yang hadir untuk dapat memberikan sertifikat kegiatan bagi para peserta nantinya. Kegiatan di mulai dengan pembukaan dari pembawa acara yang dilakukan oleh Hauzan Akmal Munggaran dan Ghazy Muhammad Ghifar dengan pembacaan doa untuk memulai kegiatan pengabdian masyarakat



Gambar 2. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Yang Dimana penyampian materi ini wakilkkan oleh salah satu tim mahasiswa Haldy Hendryansyah. Tahapan pertama kegiatan adalah penyampaian materi yang berjudul “Memahami dan Mengenal Startup” dalam materi ini dengan membagi bab pemahaman yaitu yang pertama adalah “Pengertian Startup” *Startup* merupakan sebuah **perusahaan rintisan, yang baru berdiri atau belum berjalan cukup lama**. Berdasarkan uraian istilah Startup tersebut dapat kita nilai bahwa Startup adalah perusahaan yang baru saja berjalan dan masih berada pada tahap pengembangan dan penelitian lebih lanjut untuk dapat terus menemukan market atau pasar dalam mengembangkan produknya.



Gambar 3. Proses Penyampian Materi Ibu Dr. Rr. Dinar Soelistyowati. S.Sos., M.M., M.I. Kom yang Diwakilkkan Salah Satu Tim mahasiswa

Lalu yang kedua “Jenis Startup di Indonesia” *Startup* yang bergerak dalam dunia hiburan permainan Yang Ketiga *Startup* yang bergerak pada bidang Properti Pada jenis perusahaan startup yang bergerak dibidang properti ini cukup berbeda dengan perusahaan Startup lainnya. Yang ketiga Startup yang bergerak pada bidang ini, startup ini cenderung menjadi penting karena dapat menjadi pilar utama dalam membantu dan menciptakan negara yang cerdas dan meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia. Yang ke empat startup dalam bidang kesehatan Sebagai salah satu jenis perusahaan Startup yang memiliki potensi besar di Indonesia karena dalam beberapa waktu kebelakang permasalahan kesehatan cukup menjadi hal yang vital dan serius terlebih setelah gempuran pandemi Covid 19 yang melanda Indonesia. Yang ke lima startup bidang pertanian Seperti pada bidang startup yang lainnya pada sektor pertanian juga mengalami digitalisasi meski tidak secara total, karena tidak mungkin menanam padi di internet atau dunia maya.

Yang ke enam Startup dalam bidang e-commerce Pada perusahaan startup di bidang ini mungkin kita sudah tidak asing lagi dan bahkan perusahaan startup pada bidang ini sudah menjadi startup e-commerce yang sangat besar. Yang ketujuh startup dalam bidang perjalanan dan akomodasi Startup pada bidang perjalanan dan akomodasi sangat erat dengan istilah traveling atau jalan-jalan. Pada dewasa ini kegiatan traveling dapat dilakukan dengan begitu mudah dan lebih terstruktur, hal i disebabkan dengan hadirnya startup pada bidang ini yang menyediakan layanan seperti pemesanan tiket, pemesanan penginapan dan masih banyak lagi jasa layanan yang ditawarkan

Kemudian yang ketiga adalah “Karakteristik Startup” *Pertama Umur dari bisnisnya tidak lebih dari 3 tahun* Karakteristik dari startup ini berkaitan dengan umur dari bisnis yang di mana umurnya tidak lebih dari 3 tahun. *Ide dan keunikannya sangat tinggi* Startup sangat dikenal dengan inovasi dan keunikannya yang sangat banyak. Hal ini bukan tanpa alasan karena startup akan selalu bergerak mengikuti perkembangan zaman. *Ketiga Sumber Daya Manusia (SDM) yang minim.*

Sebagai materi yang terakhir dalam bab keempat adalah “Perbedaan Antara Jenis Perusahaan Startup dan Perusahaan Konvensional” dalam tahapan pertama ini dilakukan selama 20 menit dalam penyampaian nya. Dalam hal ini mencakup bagaimana mengenali dan mengetahui bentuk dalam sebuah tahapan dalam memulai bisnis agar dapat mempunyai persiapan yang matang dalam memulai sebuah bisnis dengan baik dan terstruktur.

Selanjutnya yaitu pada Tahapan Kedua dalam kegiatan sosialisasi materi tentang “Pemanfaatan Tiktok Shop Dalam Dunia Bisnis Startup” yang disampaikan oleh perwakilan tim mahasiswa yaitu Haldy Hendryansyah dengan memberikan beberapa pemahaman yang di bagi menjadi 3 Bab dalam materi. Yang pertama adalah “Bisnis dalam Media Sosial Tiktok” lalu dilanjutkan pada materi bab kedua yaitu “Keuntungan dalam dunia Bisnis Startup di Media Sosial TiktokShop” hal i ni mencakup bagaimana manfaat tiktok dalam media promosi dan juga meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan beberapa fitur yang ada di media sosial tiktok. Yang terakhir adalah penyampaian “Bagaimana TiktokShop Membantu Penghasilan Dalam Dunia Bisnis”



Gambar 4. Proses Penyampaian Materi ke-2 Tentang Pemanfaatan Tiktok

Pada sesi tahapan ketiga ini, melanjutkan dari semua materi yang ada dengan penyampaian materi workshop dan praktek yang diwakilkan oleh Tim Pengabdian Masyarakat Mahasiswa Fikom Bhayangkara Jakarta Raya yaitu Septian Arief Permana dan juga Alvin Surya Saputra dalam kegiatan ini mahasiswa fikom memberikan materi yang berjudul “Tiktok Seller App Sebagai Media Utama dalam Mengembangkan Bisnis Startup Di Media Sosial Tiktok Shop” dengan dibagi 3 bab utama, yang pertama adalah “Pendaftaran dan Pengkaitkan Akun Tiktok Menjadi TiktokShop”. Lalu

dilanjutkan dengan “Pengunaan Aplikasi Tiktok Seller App dan Menampilkan Produk”. Dan yang terakhir adalah “Analisis Promosi dan Pemasukan Sebuah Produk Yang Dijual”. Hal materi ini mencakup bagaimana sebuah fitur fitur yang ada dalam sebuah aplikasi tiktok seller app dapat membantu para karang taruna dumas dalam menyajikan produk dan promosi nya di tiktok shop dan juga membantu menganalisis sebuah produk yang dijual melalui tiktok shop.



Gambar 5. Proses Workshop Bersama Para Peserta

Setelah kegiatan tersebut selesai dilanjutkan dengan tahap kegiatan yang terakhir adalah sesi tanya jawab yang diberikan kepada para peserta dalam penyampaian materi dan kegiatan workshop yang telah dilakukan. Sesi pertanyaan dimulai dengan pertanyaan pertama yang disampaikan oleh Peserta yang merupakan Wakil Ketua II Karang Taruna Dumas yaitu Gianlugi Fajar Maulana dengan menanyakan “*Bagaimana Cara Membangun Kepercayaan dan Loyalitas Startup Bagi Perusahaan Baru?*”.



Gambar 6. Proses Tanya Jawab Bersama Para Peserta

Dan pertanyaan kedua yang disampaikan oleh Wakil Bidang Sekretaris Karang Taruna Dumas yaitu Rakha Dimas Ramadhan Munir *"Bagaimana Cara Kita Menentukan Target Market Yang Ideal Untuk Startup Kita Melalui Tiktok Shop?".* Dan yang terakhir dari Ketua Bidang Sosial Budaya dari Karang Taruna Dumas yaitu Muhammad Faiz Rabbani *"Apakah Startup masih dapat dikatakan Startup Apabila Sudah Mencapai Waktu Lebih Dari 3 Tahun ?, Dan Apa Perbedaan Tugas Investor Perusahaan Startup dan Konevsional Tersebut?."*



Gambar 7. Proses Tanya Jawab Bersama Peserta

Kegiatan Abdimas ini ditutup dengan penyerahan sertifikat yang di wakili oleh ketua pelaksana.



Gambar 8. Proses Foto Bersama dan Penyerahan Sertifikat Kepada Karang Taruna Dumas Kota Bekasi

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Setelah melakukan serangkaian kegiatan sosialisasi untuk *Kegiatan Pemanfaatan Tiktok Shop Dalam Dunia Bisnis Startup Bersama Karang Taruna Dumas Kota Bekasi* yang dilakukan di lingkungan Aula Sekretariat RW014 Telaga Mas, dengan begitu tim peneliti memberikan beberapa kesimpulan yaitu:

1. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan pengetahuan tentang bagaimana memahami dan mengenal startup dan untuk bagaimana memulai bisnis secara terstruktur baik. Hal ini bertujuan untuk membuat para karang taruna dapat memulai bisnis dengan memanfaatkan teknologi guna menciptakan lapangan pekerjaan dan pemasukan untuk kegiatan wilayah di sana.
2. Dalam pelaksanaannya sosialisasi dan workshop diberikan secara langsung dengan tatap muka tim pelaksana memberikan materi dan pelatihan workshop tentang judul yang terkait
3. Dalam implementasi para peserta diberikan pelatihan workshop dengan tujuan untuk melatih dan mengatur bisnis mereka sendiri secara baik dan terstruktur guna memanfaatkan teknologi dan internet

Saran

Berdasarkan pada pembahasan di atas dengan kegiatan sosialisasi dan pelatihan *Kegiatan Pemanfaatan TiktokShop Dalam Dunia Bisnis Startup Bersama Karang Taruna Dumas Kota Bekasi*, saran yang diberikan oleh tim peneliti adalah:

1. Karang Taruna Dumas dapat mulai menjalankan bisnis produk dari pembuatan sendiri dan mulai melancarkan penjualan secara meluas kepada masyarakat dengan memanfaatkan tiktok shop dengan internet dan teknologi.
2. Dengan kegiatan langsung secara tatap muka dan pelatihan ini dapat berguna dalam melakukan bisnis startup mereka dengan sebaik

mungkin dan terstruktur mungkin dan dapat lebih kreatif dan inovasi dalam menciptakan produk dan promosi kedepannya.

3. Dapat melakukan kegiatan bisnis yang awal dapat melakukan kerjasama bersama dengan para petinggi wilayah dan umkm sekitar dalam melakukan promosi dan penambahan sdm dalam pekerjaan dan pembuatan produk agar terciptanya lapangan pekerjaan dan juga pemasukan yang baik

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan maka perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait topik Workshop Pemanfaatan Tiktok Shop dalam Dunia Bisnis Start Up demi menyempurnakan penelitian ini dan menambah wawasan bagi pembaca.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tak lupa kami panjatkan puji Syukur atas Rahmat Allah S.W.T yang sudah memberikan Kesehatan dan rejekinya dalam membantu pelaksanaan kegiatan ini berjalan dengan baik dan lancar. Tak lupa juga kami ucapkan terimakasih banyak kepada para pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan ini selama acara dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdi Insani.

BAHASA INDONESIA PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL MELALUI TIKTOK SHOP UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN BAGI PELAKU USAHA DI VIRAGEAWIE.

Fadhillah, N. R., & Ediyono, S. (2023). Perilaku Konsumtif Oleh Masyarakat Konsumsi Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard (Studi Kasus : Tiktok Shop). *Marketgram Journal*, 1(1), 39-43.

Hamdani, A., Rahma, N., & Jannah, M. A. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Berita Penutupan Live Tiktok Shop. *Prosiding Seminar Nasional*, 743-752.

Harina, R. W. P. (2023). Pengaruh Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Ekonomi, Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 563-574.

Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as The Source of Learning and Development*. Prentice Hall, Inc., 1984, 20-38. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50017-4>

Martini, L. K. B. and Dewi, L. K. C. (2021). Pengaruh Media Promosi Tik Tok Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian-Denpasar*, 38-54.

Priyono, M. B., & D. P. S. (2023). *Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKMDi Indonesia*. 497-506.

Rahmatillah, F., & Saefuloh, D. (2022). *Analisis pengaruh konten pemasaran Tiktok terhadap niat beli: studi kasus pada produk UMKM makanan*. 1099-1104.

Saputro, A. H., Suryaningprang, A., Wijaya, F., Muttaqin, R., & Tawaqal, R. S. (2023). Sora, N. (2016). *Pembahasan Pengertian Workshop dan Contohnya*.

Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana? *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1, 1-16. <https://journal.csspublishing/index.php/bus>