

**ANALISIS PERAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN DALAM
KOLABORASI TIKTOK SHOP DAN TOKOPEDIA TERHADAP
PENINGKATAN UMKM DI INDONESIA**

Ravensca Matatula¹, Golda Tomasila², Marchello Gefan Salenus³, Gilvon Behuku⁴, Kesya Nanlohy⁵

Universitas Kristen Indonesia Maluku

E-mail: ravenscamatatula@gmail.com¹, tomasilagolda@gmail.com², sale.marhello@gmail.com³,
gilvonbehuku@gmail.com⁴, kesyananlohy08@gmail.com⁵

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong percepatan transformasi di sektor UMKM, terutama melalui integrasi sistem informasi dalam platform e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam kolaborasi antara TikTok Shop dan Tokopedia terhadap peningkatan UMKM di Indonesia. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi dokumentasi dan observasi langsung terhadap fitur-fitur SIM pada kedua platform. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SIM memiliki peran strategis dalam mendukung pengambilan keputusan, pengelolaan data penjualan, sinkronisasi sistem, dan efisiensi operasional UMKM. Kolaborasi TikTok Shop dan Tokopedia tidak hanya menyatukan kekuatan promosi dan logistik, tetapi juga membentuk ekosistem digital baru yang terintegrasi dan berbasis data. Penerapan SIM secara optimal terbukti membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mengambil keputusan bisnis secara lebih tepat.

Kata Kunci : Sistem Informasi Manajemen, TikTok Shop, Tokopedia, UMKM, Digitalisasi.

Abstract

The rapid development of digital technology has accelerated transformation in the MSME sector, particularly through the integration of information systems within e-commerce platforms. This study aims to analyze the role of Management Information Systems (MIS) in the collaboration between TikTok Shop and Tokopedia in improving MSMEs in Indonesia. The research method used is descriptive qualitative, employing document analysis and direct observation of MIS features on both platforms. The results show that MIS plays a strategic role in supporting decision-making, sales data management, system synchronization, and operational efficiency for MSMEs. The collaboration between TikTok Shop and Tokopedia not only unites promotional and logistical strengths but also forms a new, integrated, data-driven digital ecosystem. The optimal application of MIS has proven to help MSME actors increase sales, expand market reach, and make more accurate business decisions.

Keywords: Management Information System, TikTok Shop, Tokopedia, MSMEs, Digitalization.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan besar dalam sistem perdagangan, termasuk dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Salah satu inovasi yang muncul adalah kolaborasi antara dua platform besar: TikTok Shop dan Tokopedia, yang resmi terjadi sejak akhir 2023 setelah ByteDance mengakuisisi mayoritas saham Tokopedia sebagai strategi integrasi layanan e-commerce di Indonesia (Fitriyani, Nugraha, & Ramadhan, 2024). Kolaborasi ini memadukan kekuatan konten video interaktif TikTok dengan infrastruktur e-commerce Tokopedia yang sudah mapan, dan menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk berkembang

melalui digitalisasi proses bisnis.

Namun, di balik besarnya perhatian publik terhadap aspek pemasaran kreatif dan strategi penjualan viral dari kolaborasi ini, belum banyak yang menyadari peran penting Sistem Informasi Manajemen (SIM) yang mendukung integrasi dan efektivitas kolaborasi tersebut.

Pada hal, SIM memiliki fungsi krusial dalam mengatur alur informasi, mencatat transaksi, menganalisis data penjualan, dan menyajikan data akurat secara real-time sehingga pengambilan keputusan usaha dapat dilakukan lebih efektif (Rusdiana & Irfan, 2014). TikTok Shop misalnya, menyediakan fitur live shopping, katalog produk interaktif, sistem afiliasi dengan kreator konten, serta dashboard analitik performa penjualan. Fitur-fitur ini terbukti mendukung peningkatan kepuasan pengguna melalui kualitas sistem dan informasi yang baik, serta mendorong penggunaan berulang dari sisi pelaku usaha dan konsumen (Kadang, Santoso, & Herlina, 2023), sementara Tokopedia menyumbangkan sistem pengelolaan produk, pelaporan penjualan, dan dukungan logistik yang stabil sebagai fondasi operasional yang mempermudah UMKM dalam berjualan secara digital (Fitriyani, Nugraha, & Ramadhan, 2024).

Seiring dengan meningkatnya jumlah UMKM yang beralih ke platform digital, berbagai studi telah mencatat dampak positif kolaborasi TikTok Shop dan Tokopedia terhadap pertumbuhan omset dan jangkauan pasar UMKM (Maria & Janah, 2024; Aliah et al., 2024). Namun, masih minim penelitian yang secara khusus mengulas bagaimana peran SIM dalam kolaborasi kedua platform tersebut berkontribusi nyata terhadap peningkatan performa dan daya saing UMKM di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam kolaborasi TikTok Shop dan Tokopedia terhadap peningkatan UMKM di Indonesia, dengan meninjau fitur-fitur yang berkaitan dengan pengelolaan informasi, strategi pemasaran digital, dan efisiensi operasional yang ditawarkan oleh kedua platform.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis dan faktual mengenai peran Sistem Informasi Manajemen (SIM) dalam kolaborasi antara TikTok Shop dan Tokopedia terhadap peningkatan UMKM di Indonesia. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali secara mendalam konteks fenomena digital yang sedang berlangsung, khususnya dalam penerapan fitur-fitur sistem informasi yang menunjang aktivitas UMKM.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua cara utama. Pertama, studi dokumentasi, yaitu dengan meninjau berbagai sumber tertulis seperti artikel jurnal ilmiah, berita resmi, laporan media, serta dokumentasi digital terkait fitur, keunggulan, dan kebijakan sistem dari TikTok Shop dan Tokopedia. Kedua, dilakukan observasi langsung terhadap *platform* TikTok Shop dan Tokopedia, yang meliputi penelusuran fitur aplikasi, interaksi sistem pada proses pembelian dan penjualan, serta bagaimana data dan informasi disajikan kepada pengguna, khususnya pelaku usaha kecil.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan tematik, yaitu dengan mengidentifikasi pola-pola dan elemen SIM yang muncul dari dokumentasi dan observasi. Hasil dari pengamatan tersebut kemudian disusun untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai sejauh mana SIM berperan dalam meningkatkan efisiensi operasional, pengambilan keputusan, dan perluasan pasar bagi UMKM yang menggunakan kedua *platform* tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. TikTok Shop telah menjadi kekuatan baru dalam meningkatkan permintaan pasar melalui sistem pembelian berbasis online. *Platform* ini memanfaatkan kekuatan konten video dan live streaming untuk mempromosikan produk secara langsung kepada pengguna.

Fitur-fitur seperti *live shopping*, video promosi interaktif, diskon otomatis, dan sistem afiliasi dengan kreator membuat proses belanja terasa lebih personal dan spontan. Sistem ini secara tidak langsung mendorong perilaku pembelian impulsif dari konsumen, sekaligus memberi keuntungan bagi pelaku UMKM yang bisa menjangkau pasar lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik. Namun, pada akhir tahun 2023, TikTok Shop mengalami kendala perizinan di Indonesia. Pemerintah mengeluarkan aturan larangan transaksi langsung di media sosial (Permendag No. 31 Tahun 2023), sehingga TikTok Shop resmi ditutup sementara karena tidak memiliki izin sebagai *platform e-commerce*.

Sistem Informasi Manajemen sebagai Fondasi Strategis dalam Integrasi TikTok Shop dan Tokopedia

Sistem Informasi Manajemen (SIM) berperan penting dalam mengarahkan TikTok Shop untuk mengambil keputusan strategis saat menghadapi hambatan operasional. Melalui dashboard internal, TikTok Shop mampu menganalisis data performa penjualan, proyeksi kerugian, trafik pengguna harian, hingga perilaku konsumen secara menyeluruh. Dengan dukungan sistem yang menyajikan data tersebut secara real-time, pihak manajemen dapat melakukan evaluasi dan simulasi terhadap berbagai alternatif solusi. Hasil analisis SIM inilah yang mendorong TikTok untuk menjalin kolaborasi strategis dengan Tokopedia. Tokopedia dipilih karena telah memiliki sistem logistik, otorisasi izin, serta rekam jejak kuat di pasar Indonesia. Kolaborasi ini dilandasi oleh keputusan yang lahir dari pengolahan dan pemanfaatan data dalam SIM, bukan intuisi semata. Dengan demikian, peran SIM dalam kasus ini bukan sekadar alat bantu pelaporan, tetapi sebagai fondasi utama dalam proses pengambilan keputusan krusial yang menyelamatkan kelangsungan operasional TikTok Shop di Indonesia.

Sistem Informasi Manajemen dalam Fitur-Fitur Tiktok Shop dan Tokopedia

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap fitur-fitur Sistem Informasi Manajemen (SIM) pada *platform* TikTok Shop dan Tokopedia, dengan fokus pada fitur yang digunakan oleh pelaku UMKM. Hasil observasi menunjukkan bahwa kedua *platform* memiliki sistem informasi terstruktur yang sangat membantu dalam pengelolaan usaha, walaupun terdapat beberapa perbedaan dalam pendekatan dan akses fitur.

- **Fitur SIM pada TikTok Shop**

TikTok Shop menyediakan sistem *dashboard* penjual yang menyajikan data performa produk secara real-time. Namun, untuk mengakses seluruh fitur ini, pengguna wajib mendaftar sebagai *seller* resmi di TikTok Shop *Seller Center*. Jika hanya menggunakan akun biasa (tanpa verifikasi *seller*), beberapa fitur seperti laporan keuangan dan manajemen inventaris tidak ditampilkan sepenuhnya. Berikut adalah hasil observasi pada fitur TikTok Shop:

Fitur TikTok Shop	Fungsi Utama	Manfaat untuk UMKM
<i>Dashboard Penjualan</i>	Menampilkan grafik penjualan, konversi, produk terlaris	Evaluasi performa dan strategi penjualan
<i>Live Shopping</i>	Pembeli dapat langsung checkout saat menonton <i>live streaming</i>	Interaksi langsung dan mendorong impulse buy
<i>Sistem Checkout</i>	Pembayaran dan pencatatan	Mempermudah proses

Otomatis	stok terintegrasi	transaksi
Fitur Afiliasi Produk	Produk dipromosikan oleh konten kreator	Memperluas jangkauan promosi secara organik
Data Analitik Pengunjung	Statistik tayangan, klik, dan pembelian	Mengetahui perilaku konsumen



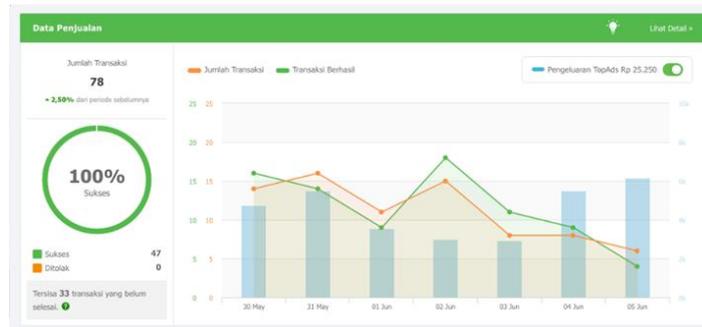
Gambar 2. Fitur *Live Shopping* dan *Checkout* Langsung

Fitur-fitur di atas mendukung konsep Sistem Informasi Manajemen (SIM) sebagaimana dijelaskan oleh Rusdiana dan Irfan (2014), yaitu bahwa informasi yang dikumpulkan dan diolah melalui sistem dapat digunakan untuk membantu proses pengambilan keputusan secara efektif dan efisien. TikTok Shop menggabungkan sistem informasi ini dengan pendekatan visual dan interaktif, sehingga pelaku usaha tidak hanya mendapatkan data penjualan secara real-time, tetapi juga dapat langsung menyesuaikan strategi promosi berdasarkan respons konsumen.

• **Fitur SIM pada Tokopedia**

Tokopedia memiliki struktur SIM yang lebih konvensional dan stabil. Semua *seller* dapat mengakses laporan penjualan, data pesanan, pengelolaan produk, serta dukungan logistik. Berikut ringkasan fitur dari hasil observasi:

Fitur Tokopedia	Fungsi Utama	Manfaat untuk UMKM
<i>Seller Dashboard</i>	Data penjualan, transaksi, omzet, ulasan pelanggan	Monitoring kinerja toko
Manajemen Produk	Tambah/edit stok, foto produk, harga	Kontrol inventaris
Statistik Penjualan	Tren pembelian harian mingguan bulanan	Perencanaan dan analisis pasar
Integrasi Logistik	Pilihan kurir otomatis dan pelacakan pengiriman	Mempermudah distribusi
Promosi dan Voucher	Penjual dapat membuat diskon, cashback, dan bundling.	Menarik lebih banyak pelanggan



Gambar 3. Seller Center Tokopedia - Laporan Penjualan

Sistem informasi Tokopedia bersifat lebih sistematis dan cocok untuk pelaku UMKM yang menginginkan kontrol penuh terhadap toko digital mereka tanpa harus terlibat dalam konten kreatif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa TikTok Shop dan Tokopedia sama-sama menyediakan fitur Sistem Informasi Manajemen yang mendukung aktivitas bisnis UMKM, meskipun pendekatan dan karakteristik masing-masing *platform* berbeda. TikTok Shop mengedepankan interaksi visual yang dinamis dan berbasis konten, sementara Tokopedia menawarkan sistem yang lebih stabil dan terstruktur untuk pengelolaan operasional usaha. Kedua pendekatan tersebut, melalui pemanfaatan SIM, memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta daya saing pelaku UMKM di era digital.

Peran Sistem Informasi Manajemen dalam Sinkronisasi Tiktok Shop dan Tokopedia

Sinkronisasi antara TikTok Shop dan Tokopedia dilakukan bukan dengan menyatukan dua sistem menjadi satu, melainkan dengan menghubungkan sistem masing-masing melalui integrasi backend dan API. Dalam hal ini, SIM berfungsi sebagai jembatan pertukaran data secara otomatis dan real-time. Saat seorang pengguna TikTok melakukan pembelian melalui siaran langsung atau video promosi, sistem checkout tidak diselesaikan di TikTok, melainkan diarahkan ke sistem Tokopedia. SIM Tokopedia menerima data pesanan dari TikTok melalui koneksi API (Application Programming Interface), lalu memproses pembayaran, memilih logistik otomatis, dan mengatur pelacakan pengiriman. Sistem ini kemudian mengirimkan kembali status pesanan ke SIM TikTok untuk diperbarui pada dashboard *seller*. Stok dan inventaris disinkronkan dua arah. Ketika stok di Tokopedia berkurang akibat pembelian dari TikTok, sistem langsung memperbarui jumlah stok di TikTok Shop *Seller Center*. Begitu juga sebaliknya. Kedua SIM bekerja dengan sistem pembacaan dan pembaruan data berbasis waktu nyata, sehingga menghindari konflik stok, duplikasi pesanan, dan keterlambatan pengiriman.

Melalui integrasi ini, kedua *platform* dapat berjalan seolah satu sistem terpadu, padahal dikelola oleh dua sistem SIM berbeda yang terhubung secara sinkron melalui proses otomatisasi dan komunikasi data digital.

Dampak Sistem Informasi Manajemen pada Tiktok Shop dan Tokopedia dalam Perkembangan UMKM di Indonesia

Masuknya TikTok Shop ke pasar Indonesia membawa perubahan signifikan terhadap pola pemasaran dan digitalisasi UMKM, terutama dalam hal integrasi antara konten, sistem transaksi, dan logistik berbasis digital. Berdasarkan penelitian Priyono dan Sari (2023), kehadiran TikTok Shop telah meningkatkan visibilitas UMKM secara drastis karena promosi tidak lagi mengandalkan media statis, melainkan melalui video kreatif dan live shopping yang langsung terkoneksi ke sistem pembelian. Sebelum adanya TikTok Shop, mayoritas UMKM mengandalkan pemasaran konvensional melalui *WhatsApp*, media sosial biasa, dan *marketplace* pasif. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2022 baru sekitar 21 juta UMKM ($\pm 33\%$) dari total 64 juta UMKM

yang sudah terdigitalisasi. Namun setelah TikTok Shop hadir dan mulai gencar digunakan pada 2023–2024, terjadi peningkatan jumlah *seller* UMKM aktif di TikTok hingga mencapai 2 juta akun penjual aktif, dan lebih dari 20 juta transaksi UMKM tercatat melalui TikTok pada 2024 (Afiah et al., 2022; Priyono & Sari, 2023).

Menurut Rahmatillah dan Saefuloh (2022), sistem konten TikTok yang didukung oleh algoritma personalisasi membuat UMKM lebih mudah menjangkau pasar sasaran. Sistem Informasi Manajemen dalam TikTok Shop memungkinkan UMKM untuk memantau jumlah klik, konversi, durasi tayangan, serta efektivitas promosi secara real-time melalui dashboard *seller*. Ini mendorong UMKM mengambil keputusan berbasis data, seperti mengatur waktu posting optimal atau memilih produk unggulan berdasarkan tren penjualan. Setelah TikTok Shop melakukan kolaborasi dengan Tokopedia, sistem informasi keduanya saling terintegrasi. Sinulingga et al. (2023) mencatat bahwa integrasi ini memberikan dampak positif berupa kemudahan dalam transaksi dan pengelolaan logistik. TikTok bertindak sebagai kanal promosi dan akuisisi pembeli, sementara Tokopedia menangani sistem pembayaran dan distribusi. SIM dari Tokopedia menangani backend transaksi seperti pencatatan pembayaran otomatis, pemotongan stok, dan sistem pelacakan pengiriman yang sangat membantu UMKM dalam menjalankan operasional harian tanpa memerlukan staf teknis yang kompleks.

Hasilnya, pelaku UMKM binaan dan independen mengalami peningkatan penjualan hingga 15–30% dalam 3–6 bulan setelah mulai mengintegrasikan TikTok sebagai kanal promosi dan Tokopedia sebagai kanal transaksi utama (Sinulingga et al., 2023). Penerapan SIM tidak hanya membuat alur bisnis lebih efisien dan profesional, tapi juga membantu UMKM memperluas jangkauan pasar secara nasional, bahkan lintas provinsi. Selain itu, berdasarkan Afiah et al. (2022), pelaku UMKM di sektor kuliner di Makassar yang menggunakan TikTok Shop mengalami peningkatan penjualan harian, serta lebih teratur dalam mengelola data pesanan, stok bahan baku, dan strategi promosi. Hal ini menunjukkan bahwa dampak SIM sangat nyata, tidak hanya dalam manajemen internal usaha, tapi juga dalam memperluas peluang pasar dan meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Dengan demikian, TikTok Shop dan Tokopedia melalui penerapan Sistem Informasi Manajemen yang terstruktur dan saling terhubung telah membentuk ekosistem digital baru yang menguntungkan UMKM. Ini membuktikan bahwa SIM bukan sekadar alat bantu administratif, tapi merupakan faktor strategis dalam pertumbuhan UMKM digital yang cepat, efisien, dan berbasis data.

Tantangan implementasi SIM pada kolaborasi TikTok Shop dan Tokopedia.

Sejak Tokopedia dan TikTok Shop mulai mengintegrasikan pusat penjual (*seller center*), banyak penjual menghadapi tantangan adaptasi. Perubahan tampilan, perbedaan fitur promosi, hingga masalah teknis migrasi menjadi keluhan umum di media sosial dan forum penjual. Pelaku usaha, terutama UMKM, kesulitan menyesuaikan diri karena sistem baru lebih kompleks dan mereka memiliki sumber daya terbatas. Banyak yang membutuhkan waktu dan pendampingan untuk memahami cara kerja *platform* gabungan ini.

Menurut Sigit Widodo dari *Internet Development Institute* (ID Institute), hal ini wajar dalam integrasi dua sistem besar. Meski butuh usaha di awal, manfaat jangka panjangnya besar: efisiensi operasional, jangkauan pasar yang lebih luas, dan pertumbuhan bisnis yang lebih cepat.

Melalui integrasi ini, penjual dapat mengoperasikan toko mereka di dua *platform* berbeda hanya dengan satu dasbor terpadu. Hal ini menghemat waktu administrasi dan memungkinkan pengusaha lebih fokus pada pengembangan produk serta strategi

pemasaran. Selain itu, sistem ini juga menyediakan fitur-fitur otomatisasi yang membantu memaksimalkan efektivitas kampanye promosi tanpa membebani biaya dan tenaga. Meski prosesnya menantang, sejumlah penjual yang telah berhasil beradaptasi mulai merasakan dampak positif. Kurma Alif, salah satu brand di bawah Kalaborasi Group, misalnya, mencatatkan lonjakan transaksi di Tokopedia selama periode Ramadan berkat pemanfaatan *seller center* terintegrasi. Ini menunjukkan bahwa integrasi digital bukan hanya soal efisiensi, tapi juga membuka peluang pasar lebih luas. UMKM yang cepat beradaptasi akan lebih siap menghadapi tantangan ekonomi dan menjaga keberlangsungan bisnisnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Sistem Informasi Manajemen (SIM) memegang peran strategis dalam mendukung kolaborasi antara TikTok Shop dan Tokopedia, terutama dalam meningkatkan performa dan daya saing UMKM di Indonesia. SIM memungkinkan proses pengambilan keputusan yang berbasis data, mulai dari pemantauan performa penjualan hingga manajemen transaksi dan logistik. Melalui integrasi sistem kedua platform, pelaku UMKM dapat menjalankan usahanya secara lebih efisien, profesional, dan terukur. Peningkatan jumlah UMKM yang terdigitalisasi, pertumbuhan omzet, serta perluasan jangkauan pasar menunjukkan bahwa SIM berkontribusi nyata terhadap transformasi digital sektor usaha kecil.

Oleh karena itu, disarankan agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan seluruh fitur SIM secara optimal, sementara pihak pengembang platform perlu terus meningkatkan kualitas integrasi sistem dan memberikan edukasi teknis kepada pengguna. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji aspek keamanan data serta dampaknya terhadap kepercayaan pengguna, agar tercipta ekosistem digital yang lebih aman, berkelanjutan, dan inklusif bagi UMKM di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiah, N., Hasan, M., Ratnah, S., & Arisah, N. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah IDEAS*, 8(4), 1257–1266.
- Afkar, M. A., & Yusmaneli. (2023). Model Bisnis TikTok Shop dan Implikasinya terhadap Ekonomi Digital di Indonesia. *Journal of Law and Economics*, 2(1), 41–51.
- Felix, A., Saputra, A., Wibowo, B. M., Julius, J., Lenisia, L., & Susilo, S. R. (2024). Fitur – fitur dalam Shopee dan TikTok Shop yang mampu meningkatkan penjualan. *Jurnal Digital Media dan Relationship*, 6 (1), 19–24.
- Fitriyani, D., Nugraha, F. A., & Ramadhan, F. (2024). Integrasi Sistem Informasi Manajemen: Sinergi TikTok Shop dan Tokopedia dalam E-Commerce Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 13085–13093.
- Kadang, B. A., Santoso, A. J., & Herlina. (2023). Analisis faktor kesuksesan fitur TikTok Shop pada aplikasi TikTok menggunakan model DeLone dan McLean. *Jurnal Informatika Atma Jogja*, 4(2).
- Maria, V., & Janah, R. (2024). Analisis peran TikTok Shop dalam mendorong ekonomi UMKM di Indonesia. *Jurnal SAMMAJIVA*, 5(2), 34–42.
- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi TikTok dan TikTok Shop terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497–506.
- Rahmatillah, F., & Saefuloh, D. (2022). Analisis Pengaruh Konten Pemasaran TikTok terhadap Niat Beli: Studi Kasus pada Produk UMKM Makanan. *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1098–1104. Bandung: Politeknik Negeri Bandung.
- Rusdiana, H. A., & Irfan, M. (2014). *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia.