

Implementasi *Essential Marketing* dan *TikTok Marketing* Sebagai Upaya Pembekalan Program *Metamorpneur* di Seruni Foundation Bandung

¹Heppy Agustiana Vidyastuti*, ²Dani Dagustani

*Corresponding Author

¹²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Ekuitas, Bandung, Indonesia
email: *¹heppy.agustiana@ekuitas.ac.id, ²dani.dagustani@ekuitas.ac.id

Abstract

The Seruni Foundation is a philanthropic institution that cares about education, empowerment, humanity, the development of religious facilities and infrastructure, and other social activities. The formation of the Seruni Foundation aims to include an empowerment program for foster children who are currently studying at senior high school or vocational high school so that they can become entrepreneurs according to their interests. This empowerment program is called Metamorphneur. The results of the community service team's initial observations of the students assisted by the metamorphneur program were that the marketing knowledge possessed by the students was still weak. The solution provided by the community service team is to provide essential marketing training and TikTok marketing training. The results of the training and mentoring show that prospective entrepreneurs can understand and implement the knowledge gained.

Keywords: *Essential marketing, TikTok marketing, entrepreneur.*

Abstrak

Seruni Foundation merupakan lembaga *filantropi* yang peduli dengan pendidikan, pemberdayaan, kemanusiaan, pembangunan sarana dan prasarana ibadah serta kegiatan sosial lainnya. Dibentuknya Seruni Foundation memiliki tujuan diantaranya program pemberdayaan bagi anak asuh yang sedang menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas/ Sekolah Menengah Kejuruan sehingga dapat menjadi *entrepreneur* sesuai dengan peminataan/ketertarikannya. Program pemberdayaan ini dinamakan Metamorpneur. Hasil observasi awal tim pengabdian kepada masyarakat terhadap siswa binaan program metamorpneur ini adalah masih lemahnya ilmu *marketing* yang dimiliki oleh para siswa. Solusi yang diberikan oleh tim pengabdian adalah dengan memberikan pelatihan *essential marketing* dan pelatihan *TikTok marketing*. Hasil pelatihan dan pendampingan menunjukkan bahwa para calon *entrepreneur* dapat memahami dan mengimplementasikan ilmu yang didapat.

Kata kunci: Pemasaran dasar, pemasaran TikTok, wirausaha.

1. Pendahuluan

Seruni Foundation merupakan lembaga *filantropi* yang peduli dengan pendidikan, pemberdayaan, kemanusiaan, pembangunan sarana dan prasarana ibadah serta kegiatan sosial lainnya. Seruni Foundation berkegiatan sejak tahun 2000, tetapi didirikan resmi pada tahun 2016. Visi dari Seruni Foundation adalah menjadi lembaga *filantropi* terdepan dalam melahirkan generasi yang kuat, sehat dan siap membangun masyarakat. Sasaran dari yayasan ini adalah untuk semua kalangan yang mempunyai kepedulian terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat. Seruni Foundation bertempat di Jalan Terusan Jakarta No 139C Antapani Bandung.

Kondisi permasalahan yang dialami oleh Seruni Foundation terkait dengan program pemberdayaan Metamorpneur, dimana pengelola memiliki keterbatasan ilmu mengenai *essential marketing* dan *digital marketing* sehingga diperlukan kolaborasi dengan perguruan tinggi melalui dosen-dosennya. Diharapkan terdapat *transfer knowledge* dan pembinaan yang baik sehingga ilmu yang

diperoleh dapat menjadi bekal bagi anak asuh program pemberdayaan Metamorprenneur sampai menjadi *entrepreneur* yang berhasil.

Berdasarkan hasil survei sebelumnya di bulan Februari yang diwakili oleh tim kami Pak Herry dan Pak Gatot dengan dasar pertanyaan umum, dapat diidentifikasi permasalahan terkait pengelolaan Program Metamorprenneur - Seruni *Foundation* diantaranya:

Permasalahan terkait anak asuh untuk Program Metamorprenneur kaitannya dengan Pengetahuan tentang *Essential Marketing* yang masih kurang, antara lain:

1. **Produk**, adalah jasa/program yang ditawarkan oleh para anak asuh program Metamorprenneur, namun kesan yang diperoleh masih kesulitan untuk menentukan produk atau jasa apa yang akan dijual.
2. **Harga**, Permasalahan terkait harga, yaitu belum memperhitungkan biaya tenaga sendiri
3. **Tempat**, lokasi tempat masih bersatu dengan yayasan
4. **Promosi** yang dilakukan selama ini masih belum ada hanya mengandalkan donatur yang datang ke tempat.
5. **Bukti fisik**, fasilitas prasarana yang mendukung dari Seruni *Foundation* masih minim untuk kesempatan anak asuh berkreasi, misalnya sarana pembelajaran, alat tulis, papan tulis dan lain-lain.
6. **People**, SDM yang terlibat masih memerlukan tambahan *knowledge* dan *skill* bagaimana memasarkan produk.
7. **Proses**, proses kurang responsif
8. **Segmenting**, para anak asuh program Metamorprenneur tidak dapat menentukan segmen mana yang akan dibidik.
9. **Targeting**, para anak asuh program Metamorprenneur belum bisa menentukan target dari produk yang akan dipasarkan untuk membantu keberlangsungan Seruni *Foundation*
10. **Positioning**, masih belum terbentuk *image* apa yang akan dicitrakan terkait program pemberdayaan Metamorprenneur.

Pemecahan masalah yang ditawarkan yaitu diadakannya pelatihan mengenai *Essential marketing*. Pemasaran *essensial* merupakan hal yang harus dikuasai oleh pebisnis untuk bisa bersaing di industri yang sama (Lancaster & Massingham, 2011). *Essentials of marketing management* terdiri dari *product and inovation strategies, pricing strategies, channel of distribution and logistics, communication strategy, sales management, customer and relationship*. Bauran pemasaran mengacu pada *marketing mix* yang di gagas *Essential marketing* or *marketing mix variables in terms of 4Ps, product, Price, Place, promotion, these 4 Ps* menyiratkan taktik yang bisa dikontrol oleh perusahaan (Kotler & Keller, 2016.)

Permasalahan *Social Media Marketing*

Sosial media yang saat ini berkembang pesat diantaranya *facebook*, Instagram, WhatsApp *business* dan *TikTok marketing*, saat ini penggunaan *TikTok marketing* sangat pesat dibandingkan media sosial lain karena ciri khas yang dimiliki TikTok dibandingkan sosial media lainnya, yaitu adanya *live video* yang cepat sehingga mendapatkan respon dari para *viewer*. Belum adanya penerapan *TikTok marketing*, sebagai upaya untuk memperluas kesadaran para calon *entrepreneur* pada program Metamorprenneur, terkait permasalahan tersebut, anak asuh program Metamorprenneur perlu mendapatkan ilmu mengenai *digital marketing* khususnya, *e-marketing* merupakan panduan dasar dalam *digital marketing* (Stokes, 2011). Pemasaran digital juga dapat menumbuhkan jangkauan pasar yang sulit digapai (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Pemasaran digital tidak hanya membahas teknologi, namun juga memahami orang, bagaimana penerapan dan komunikasi melalui digital (Sepri et al., 2010). Bentuk *digital marketing* seperti perdagangan melalui *email*, perdagangan mesin pencari, perdagangan penghubung sosial, banyak model publisitas *display* (tercantum publisitas *banner website*), serta *mobile advertising* (Kotler & Keller, 2016). *Digital marketing* adalah suatu bentuk kegiatan yang bertujuan untuk mempresentasikan sebuah *brand* dengan menggunakan sarana digital yang tepat untuk menjangkau konsumen (Purwana et al., 2017), Semula sistem pemasaran tradisional

kini beralih ke media *digital* menggunakan media *online* seperti *website*, media sosial dan *blog* (Setianingsih & Aziz, 2022). *Digital marketing* kita dapat memahami konsumen (Borić et al., 2016), *digital marketing* merupakan strategi baru dalam komunikasi (Rizaldi & Hidayat, 2020).

2. Metode

Pengabdian pada masyarakat ini fokus pada pembekalan dan pembinaan anak asuh Program Metamopreneur di Seruni Foundation saat ini melalui pembenahan *essential marketing*, dimana merupakan konsep dasar pemasaran yang terdiri dari *product, price, promotion, place, people, process* dan *physical evidence*. dan pembuatan *TikTok marketing* sehingga berdampak pada meluasnya bisnis anak asuh Seruni Foundation. Metode pengabdian yang dilaksanakan pada mitra Seruni Foundation, khususnya kepada anak asuh program Metamopreneur sebagaimana terdapat dalam gambar.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tahapan Pengabdian Kepada Masyarakat :

Di bawah ini penjelasan tahapan persiapan internal tim yang melakukan melakukan kegiatan pengabdian masyarakat, proses perizinan dilakukan langsung dengan pihak Seruni Foundation.

Tahap Pertama (Januari – Februari 2023)

Pada tahap pertama ini yang kami dan tim yang terlibat melaksanakan kegiatan sebagai berikut: 1. Diskusi mengenai arah Pengabdian Kepada Masyarakat yang akan dilaksanakan untuk tahun akademik 2022/2023, 2. Melakukan Studi literatur mengenai tema yang akan diberikan pada Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dengan *browsing* dan mengunjungi perpustakaan. 3. Melakukan survei pendahuluan ke tempat yang menjadi sasaran pengabdian kami.

Tahap Kedua (Februari 2023)

Pada tahap kedua ini yang kami dan tim yang terlibat melaksanakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Kegiatan sosialisasi ini, dilakukan agar mitra mengetahui tujuan dan harapan kami melakukan kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) serta persiapan mitra dalam mengikuti kegiatan pelatihan. Pelatihan yang dilaksanakan berupa pemaparan materi mengenai *essential marketing*, berupa pentingnya *essential marketing* atau yang sering disebut *9 core essential marketing*, berupa *Strategy, Tactic* dan *Value*. Pada Strategi dijelaskan mengenai *Segmenting, Targeting* dan *Posisiong*. Taktik yang dijelaskan meliputi *Differentiation, Marketing mix* dan *Selling*. *Value* yang dijelaskan mengenai *Brand, Service* dan *Process*. Pelatihan *TikTok Marketing* berupa pemaparan materi mengenai keuntungan menggunakan *digital marketing*, manfaat dengan menggunakan *digital marketing, tips* dan trik dalam menggunakan media sosial, pengenalan *TikTok marketing, TikTok marketing* sebagai media promosi dalam bisnis serta pendampingan pembuatan akun *TikTok marketing*.

Tahap Ketiga (Februari - Maret 2023)

Pada tahap ke tiga tim PKM, yang terdiri dari Heppy Agustiana dan Dani Dagustani, melakukan pendampingan, *monitoring* dan evaluasi dalam rentang waktu Februari – Maret 2023 yang terlibat melaksanakan kegiatan sebagai berikut:

1. Pendampingan, pendampingan yang dilakukan adalah pembuatan akun TikTok marketing, dalam pembuatan akun TikTok ini, yang perlu disiapkan oleh para anak asuh mitra binaan Program Seruni *Foundation* adalah *handphone*, jaringan internet, data usaha yang akan dibuat, dan photo produk. Adapun tahapan pembuatan akun TikTok adalah sebagai berikut:
 - a. *Download* aplikasi TikTok dari *App Store* atau *Google Play Store*
 - b. Buka aplikasi TikTok dan Klik Tombol “masuk” atau” daftar”
 - c. Pilih cara untuk mendaftar, bisa melalui akun facebook, Google atau dengan memasukan alamat email dan kata sandi.
 - d. Setelah berhasil mendaftar, klik tombol “+” untuk membuat konten baru.
 - e. Pilih jenis konten yang ingin dibuat, bisa berupa vidio, *live stream* atau *story*.
 - f. Tambahkan musik, efek,teks dan lain-lain untuk mempercantik konten.
 - g. Publikasikan konten dengan menekan tombol “*publish*”
 - h. Setelah membuat akun dan konten, bisnis dapat menggunakan TikTok sebagai platform untuk melakukan promosi dan memperluas jangkauan audiens.
2. *Monitoring, monitoring* dilakukan apakah anak asuh dapat menerima ilmu yang kami berikan dan memberikan tugas yang harus dikerjakan
3. Mengevaluasi dengan cara melihat apakah anak asuh binaan program metamorprenuer tersebut dapat mengerjakan dan mempraktekan tugas yang diberikan, dan melihat hasil kerjanya.

Target Luaran dari kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan anak asuh binaan Seruni *Foundation*, yaitu Program Metamorprenuer dalam praktik mengenai *essential marketing* dan *digital marketing* khususnya *TikTok marketing*.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat, langkah pertama yang kami lakukan terjadi pada tanggal 1 Februari 2023,dimana kami diwakili (Pak Herry dan Pak Gatot) bertemu dengan pihak yayasan Seruni *Foundation* sehingga tim PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) STIE Ekuitas dapat mengetahui kebutuhan dari yayasan Seruni, berdasarkan hasil diskusi tersebut tim kami akhirnya menemukan masalah-masalah yang terjadi diantaranya, masalah administrasi keuangan,, masalah sumber daya keuangan dan masalah pemasaran.

Berdasarkan *background* kami sebagai dosen pemasaran, maka kami memberikan solusi terkait permasalahan yang kami temukan dari hasil diskusi dan observasi di lapangan, permasalahan yang kami temukan adalah terkait kurang pemahannya mengenai faktor-faktor *essential marketing* dan belum adanya implementasi program *digital marketing*.

Pengabdian kepada masyarakat ke-dua, kegiatannya telah dilaksanakan pada tanggal 12 Februari 2023 di Grafika Lembang. Kegiatan PKM berupa pemberian pengetahuan (sosialisasi) dan pelatihan kepada para anak asuh bimbingan *Seruni Foundation* yang dinamakan program Metamorprenuer dimana anak-anak ini diberikan pengetahuan dasar mengenai pemasaran, keuangan dan pemberian motivasi. Pelaksanaan kegiatan PKM pada tahap ini dilaksanakan secara *outdoor* di lapangan terbuka Grafika. Pemberian layanan terkait dengan keterampilan dan kompetensi yang kami miliki. Bapak Dr. Ir. Dani Dagustani.,MM memberikan sosialisasi terkait dengan *Essensial Marketing* dan Dr.Heppy Agustiana V.,MP memberikan sosialisasi dan dukungan pemasaran *Digital Marketing* spesial di *TikTok Marketing*. Berdasarkan hasil penelitian pihak lain terdapat banyak manfaat yang dirasakan ketika menggunakan *TikTok marketing*, diantaranya Manfaat TikTok juga diperkuat dengan penelitian (Novita & Yuliani, 2022). *TikTok* memudahkan interaksi antara pemirsa dan penjual dalam sesi *live*. Pemasaran melalui *TikTok* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan oleh penelitian

(Setianingsih & Aziz, 2022), (Mettasatya Afrilia, 2018), (Darmatama & Erdiansyah, 2021). Iklan, kredibilitas, dan hiburan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen terhadap iklan; sehingga menghasilkan korelasi positif antara sikap terhadap periklanan terhadap niat membeli. *Brand engagement* melalui *TikTok* berpengaruh positif terhadap *brand awareness* berdasarkan penelitian (Rimadias et al., 2021). Berdasarkan hasil penelitian, menurut data yang diinterpretasikan bahwa Kampanye Pemasaran di *TikTok* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran merek generasi Milenial (Aubrey Gesmundo et al., 2022).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ke-3 telah dilaksanakan di kampus STIE Ekuitas pada tanggal 23 Maret 2023, terkait pendalaman kembali ilmu yang telah diberikan pada pertemuan ke-2 dan kegiatan pelatihan-pelatihan terkait ilmu yang telah dipelajari, serta *monitoring* dan evaluasi terkait apakah anak-anak asuh tersebut dapat menyerap ilmu yang telah disampaikan dan dapat mempraktekannya. Setelah dilakukan sosialisasi dan pendampingan, anak asuh Seruni *Foundation*, melalui Program *Metamorprenur* dapat memahami ilmu yang diajarkan selama pelatihan dan pendampingan dengan adanya bukti-bukti pendukung dimana anak asuh tersebut dapat mempraktikkan ilmu yang didapat. Target dari pembelajaran *Esseantial marketing* ini, diharapkan mereka mendapatkan pemahaman mengenai *essential marketing* berupa strategi, taktik dan *value* yang perlu diterapkan dalam bisnis anak asuh program *Metamorprenur*, sehingga bisnis yang akan dijangkau memiliki dasar yang kuat. Untuk penerapan mengenai *TikTok marketing*, mereka sudah dapat membuat akun *TikTok*.

Sosialisasi dan Pelatihan *Essential Marketing*

Sosialisasi dan pelatihan *essentials marketing* diberikan oleh Bapak Dr.Ir. Dani Dagustani.,MM dengan tujuan memberikan informasi mengenai konsep dasar pemasaran. Tahapan yang dilakukan pada kegiatan ini adalah sebagai berikut : 1. Peserta diberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai pemasaran. 2. Pemaparan mengenai 9 *Core Marketing*, yaitu 9 *Core Essential marketing*, berupa *Strategy*, *Tactic* dan *Value*. Pada *Strategi* dijelaskan mengenai *Segmenting*, *Targeting* dan *Posisi*ng. Untuk *Tactic* dijelaskan mengenai *Differentition*, *Marketing mix* dan *Selling*. Untuk *Value* dijelaskan mengenai *Brand*, *Service* dan *Process*. Pelatihan dan sosialisasi mengenai pemasaran dasar ini dilakukan selama 1 jam dengan pendampingan. Peserta merupakan anak asuh Program *Metamorprenur* yang berjumlah 25 orang yang bersekolah di SMA dan SMK. Tujuan kegiatan ini agar anak asuh *Metamorprenur* dapat menjalankan usahanya dengan baik, khususnya pemasaran produk, Sebagai bentuk dokumentasi diberikan Modul Pengetahuan Terkait *Essential Marketing*.

Sosialisasi *Digital Marketing*, melalui *TikTok Marketing*

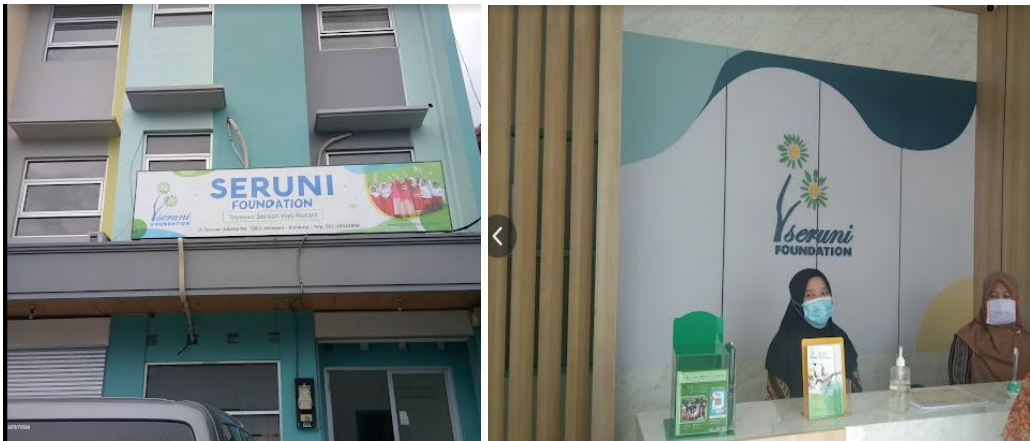
Sosialisasi dan Pelatihan *e-marketing* dibawakan oleh Dr. Heppy Agustiana Vidyastuti.,MP, Pemaparan mengenai mengenai manfaat menggunakan *digital marketing*, *tips* dan trik dalam menggunakan media sosial, pengenalan *TikTok marketing*, serta pendampingan tahap-tahap dalam proses pembuatan akun di aplikasi *TikTok*. Program pelatihan dan sosialisasi *Digital marketing* ini bertujuan memberikan gambaran pentingnya penggunaan *e-marketing* melalui aplikasi *TikTok*. Pelatihan *e-marketing* dilaksanakan selama 1 jam dengan pendampingan. Peserta pelatihan yang merupakan anak asuh dari program *Memorprenur* yang berjumlah 25 orang yang masih sekolah di SMA dan SMK. Bukti kebermanfaatan adanya adanya *TikTok marketing* telah dibuktikan oleh beberapa penelitian, (Novita & Yuliani, 2020). Dengan *TikTok* memudahkan interaksi antara *viewer* dan *seller*. *Marketing* melalui *TikTok* berpengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan oleh penelitian (Julianti,2023), (Darmatama & Erdiansyah, 2021), (Mettasatya Afrilia, 2018) (Mussa, 2023). *TikTok marketing* berpengaruh terhadap kesadaran merek (Aubrey Gesmundo et al., 2022).

Sebagai dokumen diberikan **Modul Pembuatan *TikTok Marketing***.

Dokumen Terkait Pengabdian pada Masyarakat

1. Pertemuan Pertama 1 Februari 2023

Melakukan kunjungan pertama untuk menggali permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh *Seruni Foundation* dan sosialisasi terkait peran dosen dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, diantaranya, dosen diwajibkan untuk terlibat dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dapat berupa pemberian pelatihan sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan kompetensi dosen yang bersangkutan.



Gambar 2. Kondisi Eksisting Seruni Foundation

2. Pertemuan ke-2, 12 Februari 2023

Pada pertemuan ini kami memberikan pelatihan kepada anak asuh binaan Seruni Foundation, berupa pelatihan *softskill* dan pelatihan terkait *essential marketing* dan *TikTok marketing*. Pada pertemuan ke-2 ini mulai dikenalkan bukti-bukti implementasi dari *essential marketing* dan *TikTok marketing*, kemudian praktik membuat akun *TikTok* pada *handphone* peserta.





Gambar 3. Pelatihan Essential Marketing dan TikTok Marketing

3. Pertemuan ke-3, 12 Februari 2023

Pada pertemuan ke-3, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di kampus STIE Ekuitas pada tanggal 23 Maret 2023, terkait pendalaman kembali ilmu yang telah diberikan pada pertemuan ke-2 dan kegiatan evaluasi dengan memberikan contoh kasus dan praktik-praktik dari ilmu yang telah dipelajari. Pada pertemuan ini anak asuh binaan *Seruni Foundation* diminta mengumpulkan tugas yang telah diberikan pada pertemuan sebelumnya. Pada pertemuan ini juga kami memberikan apresiasi kepada peserta yang antusias menunjukkan kemampuannya membuat *TikTok marketing* dengan produk yang akan dijualnya. Pemberian apresiasi berupa *gift* mukena dan sarung karena pada momen tersebut berkaitan dengan momen bulan Ramadhan.



Gambar 3. Pendalaman dan latihan *Essential Marketing* dan *TikTok Marketing*

Gambar 3, menjelaskan para narasumber dalam hal ini dosen yang memberikan pelatihan *essential marketing* dan *TikTok marketing*. Berikut hasil uji komparatif antara sebelum dan setelah dilakukan pendampingan dan pelatihan kepada anak asuh calon pengusaha melalui program Metamorprenneur Yayasan Seruni.

Tabel 1. Sebelum dan Sesudah PKM

No	Perlakuan Selama Pendampingan	Sebelum PKM	Setelah PKM
1	Pelatihan Essential Marketing	Belum memiliki pengetahuan dan skill terkait essential marketing yang benar	Sudah menyadari kekeliruan yang ada dan memiliki keahlian dalam mengimplementasikan essential marketing yang baik dan benar
2	Pelatihan Digital Marketing, khususnya TikTok Marketing	Mengetahui adanya TikTok	Sudah dapat membuat akun dan dapat mengaplikasikan pada Handphone

Sumber:Hasil Wawancara

Assesmen yang dilakukan oleh pihak kami sebagai berikut:

1. Untuk Pelatihan *Essential marketing* dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan atau kuesioner awal (*Pretest*) mengenai essential marketing, setelah dilakukan pelatihan diberikan lagi interview (*posttest*).
2. Untuk Pelatihan *TikTok marketing* dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan atau kuesioner awal mengenai *TikTok marketing*, setelah dilakukan pelatihan diperlihatkan hasil pembuatan akun *TikTok* dan produk yang dijual.

4. Simpulan

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat dari tim STIE Ekuitas, anak asuh binaan program Metamorprenneur dari *Seruni Foundation* dapat merasakan manfaatnya berupa perolehan ilmu pengetahuan dan keterampilan baru dalam tata kelola usaha yang baik diantaranya, pentingnya pengetahuan terkait pondasi dasar dalam pemasaran khususnya *9 core marketing* dan memiliki keterampilan mengenai *digital Marketing* khususnya *TikTok Marketing* dalam proses memperluas jejaring sosial dari usaha yang telah dirintis oleh para anak asuh dari program Metamorprenneur.

Saran

Kepada anak asuh program pemberdayaan metamorprenneur tetap terus tingkatkan penguasaan *essential marketing* dan *digital marketing* khususnya *TikTok marketing* sebagai media promosi.

5. Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LP3M STIE Ekuitas atas dana hibah internal STIE Ekuitas tahun 2023 sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan kepada Mitra Pengabdian Yayasan Seruni Foundation atas kesempatan yang diberikan kepada kami untuk memberikan bimbingan kepada para calon Entrepreneur berupa pelatihan dan pendampingan.

6. Referensi

Aubrey Gesmundo, M. G., Dave Jordan, M. S., Hansei Meridor, W. D., Vien Muyot, D. C., Caroline Castano, M. N., & Jocelyn Bandojo, A. P. (2022). *Journal of Business and Management Studies* *TikTok as a Platform for Marketing Campaigns: The effect of Brand Awareness and Brand Recall on the Purchase Intentions of Millennials*. <https://doi.org/10.32996/jbms>

- Borić, S., Stanisavljev, S., Kavalić, M., Vlahović, M., & Tobolka, E. (2016). *Analysis of digital marketing and branding for the purpose of understanding the consumers in digital age*. 375–381. <https://doi.org/10.20544/aiit2016.45>
- Darmatama, M., & Erdiansyah, R. (2021). *The Influence of Advertising in TikTok Social Media and Beauty Product Image on Consumer Purchase Decisions*.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Debby Arisandi Halaman 61 dari 76 JMD. In *Jurnal Manajemen Dewantara* (Vol. 1, Issue 2). <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Julianti, M. (2023.). *TikTok's Social Media Marketing Gives Strong Impact on Product Sales Increase*. <https://ejournal.stiab-jinarakkhita.ac.id/index.php/joere>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. 15 edition Global Edition. Pearson
- Lancaster, G., & Massingham, Lester. (2011). *Essentials of marketing management*. Routledge.
- Mettasatya Afrilia, A. (2018). *Digital Marketing Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran "WAROENK ORA UMUM" Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. www.wikipedia.com
- Mussa, M. (2023). The Impact of TikTok Influencers on TikTok Users' Online Buying Decisions in Egypt. In *The Academic Journal of Contemporary Commercial Research* (Vol. 3, Issue 2).
- Novita, D., & Yuliani, N. (n.d.). *TikTok Ads, Digital Marketing Baru Untuk Memperluas Pasar Dan Meningkatkan Value Merek Dagang (Studi kasus : Ramadan 2020)*.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Rimadiaz, S., Alvionita, N., & Amelia, A. P. (2021). Using TikTok in Social Media Marketing to Create Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Tourism Sector in Indonesia. *The Winners*, 22(2). <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7597>
- Rizaldi, A., & Hidayat, H. (2020). Digital Marketing Communication Strategi. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 9(2), 101–110.
- Sepri, F. (2010). *E-Marketing sebagai Paradigma Baru dalam Komunikasi Pemasaran* (Issue 3).
- Setianingsih, F. E., & Aziz, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Marketing TikTok Terhadap Minat Beli Online di Shopee. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 11(2), 25–34. <https://doi.org/10.14710/jab.v11i2.42602>
- Stokes, R. (2011). *EMarketing : the essential guide to digital marketing*. Quirk eMarketing.