

REFERENCES

- Abou-Shouk, M., & Soliman, M. (2021). The impact of gamification adoption intention on brand awareness and loyalty in tourism: The mediating effect of customer engagement. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100559>
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-five years of social media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. In *Cyberpsychology, behaviour, and Social Networking* (Vol. 24, Issue 4). <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Almeida, F., Superior, I., Gaya, P., Queirós, A., & Faria, D. (2017). Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*, 3(9).
- Ansu-Mensah, P. (2021). Green product awareness effect on green purchase intentions of university students': an emerging market's perspective. *Future Business Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-021-00094-5>
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1). <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Asiamah, N., Mends-Brew, E., & Boison, B. K. T. (2021). A spotlight on cross-sectional research: Addressing the issues of confounding and adjustment. *International Journal of Healthcare Management*, 14(1). <https://doi.org/10.1080/20479700.2019.1621022>
- Avenburg, A., Gerring, J., & Seawright, J. (2022). How do social scientists reach causal inferences? A study of reception. *Quality and Quantity*. <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01353-5>

- Babbie, E. (2016). The Practice of Social Research, Fourteenth Edition. In *Teaching Sociology*.
- Badan Pusat Statistic. (2017). *Statistik UMKM tahun 2013-2014*. Jakarta: Badan Pusat Statistic Indonesia. Retrieved from <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#subjekViewTab1>
- Bagur-Pons, S., Rosselló-Ramon, M. R., Paz-Lourido, B., & Verger, S. (2021). Integrative approach of mixed methodology in educational research#El enfoque integrador de la metodología mixta en la investigación educativa. *RELIEVE - Revista Electronica de Investigacion Evaluacion Educativa*, 27(1). <https://doi.org/10.30827/relieve.v27i1.21053>
- Bajpai, N. (2018). Business Research Methods. In *Pearson Education*.
- Bank Indonesia. (2016, Mei 24). Bank Indonesia. *profil bisnis UMKM tahun 2015*. Retrieved from Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf>
- Berndt, A. E. (2020). Sampling methods. *Journal of Human Lactation*, 36(2). <https://doi.org/10.1177/0890334420906850>
- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's Everyone on TikTok Now? The Algorithmized Self and the Future of Self-Making on Social-media. *Social Media and Society*, 8(1). <https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Blandford, A. (2013). Semi-Structured Qualitative Studies. *The Encyclopaedia of Human-Computer Interaction*, 2.
- Bratu, S. (2019). Can social media influencers shape corporate brand reputation? Online followers' trust, value creation, and purchase intentions. *Review of Contemporary Philosophy*, 18. <https://doi.org/10.22381/RCP18201910>

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2). <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braun, V., & Clarke, V. (2013). Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The Psychologist*, 26(2013).
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). To saturate or not to saturate? Questioning data saturation as a useful concept for thematic analysis and sample-size rationales. In *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health* (Vol. 13, Issue 2, pp. 201–216). Routledge. <https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1704846>
- Busetto, L., Wick, W., & Gumbinger, C. (2020). How to use and assess qualitative research methods. *Neurological Research and Practice*, 2(1). <https://doi.org/10.1186/s42466-020-00059-z>
- Cameron, A., Johnson, E. K., Lloyd, L., Evans, S., Smith, R., Porteus, J., Darton, R., & Atkinson, T. (2019). Using longitudinal qualitative research to explore extra care housing. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-Being*, 14(1). <https://doi.org/10.1080/17482631.2019.1593038>
- Campbell, K. A., Orr, E., Durepos, P., Nguyen, L., Li, L., Whitmore, C., Gehrke, P., Graham, L., & Jack, S. M. (2021). Reflexive thematic analysis for applied qualitative health research. *Qualitative Report*, 26(6). <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2021.5010>
- Chandra, Y., & Shang, L. (2019). Inductive Coding. In *Qualitative Research Using R: A Systematic Approach* (pp. 91–106). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-13-3170-1_8
- Chintalapati, S., & Pandey, S. K. (2022). Artificial intelligence in marketing: A systematic literature review. *International Journal of Market Research*, 64(1), 38–68. <https://doi.org/10.1177/14707853211018428>

- Christ, T. W. (2016). Book Review: The Oxford handbook of multimethod and mixed methods research inquiry. *Journal of Mixed Methods Research*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/1558689815622704>
- Cliffe, A. D. (2017). A review of the benefits and drawbacks to virtual field guides in today's Geoscience higher education environment. In *International Journal of Educational Technology in Higher Education* (Vol. 14, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/s41239-017-0066-x>
- Cunningham, L. X., & Rowley, C. (2008). The development of Chinese small and medium enterprises and human resource management: A review. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 46(3), 353–379. <https://doi.org/10.1177/1038411108095763>
- Denissov, A. (2009). Social Media & User-Generated Content. *Industry Report from Parks Associates. United States of*
- Dhakal, K. (2022). NVivo. In *Journal of the Medical Library Association* (Vol. 110, Issue 2, pp. 270–272). Medical Library Association. <https://doi.org/10.5195/jmla.2022.1271>
- Dumitriu, D., & Popescu, M. A. M. (2020). Artificial intelligence solutions for digital marketing. *Procedia Manufacturing*, 46, 630–636. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.03.090>
- Elliott, V. (2018). Thinking about the coding process in qualitative data analysis. *Qualitative Report*, 23(11). <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2018.3560>
- Enke, N., & Borchers, N. S. (2019). Social Media Influencers in Strategic Communication: A Conceptual Framework for Strategic Social Media Influencer Communication. *International Journal of Strategic Communication*, 13(4). <https://doi.org/10.1080/1553118X.2019.1620234>

- Eriksson Krutrök, M. (2021). Algorithmic Closeness in Mourning: Vernaculars of the Hashtag #grief on TikTok. *Social Media and Society*, 7(3). <https://doi.org/10.1177/20563051211042396>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1). <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Genoveva, G. (2022). TikTok platform opportunity: how does it influence SMEs brand awareness among generation z? *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 5(3), 273. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v5i3.273-282>
- Gill, S. L. (2020). Qualitative Sampling Methods. *Journal of Human Lactation*, 36(4). <https://doi.org/10.1177/0890334420949218>
- Green, H. E. (2014). Use of theoretical and conceptual frameworks in qualitative research. *Nurse Researcher*, 21(6). <https://doi.org/10.7748/nr.21.6.34.e1252>
- Gupta, P., & Harris, J. (2010). How e-WOM recommendations influence product consideration and quality of choice: A motivation to process information perspective. *Journal of Business Research*, 63(9–10). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.01.015>
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). We're all connected: The power of the social media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265–273. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.007>
- Haryanto, A. A. F., Komariah, K., & Danial, R. D. M. (2022). SOCIAL MEDIA AND VIRAL MARKETING ANALYSIS OF PURCHASE DECISIONS THROUGH TIKTOK APPLICATIONS. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(2). <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v9i2.2252>

- Hasbullah, N. N., Sulaiman, Z., & Mas'od, A. (2020). User-generated content sources: The use of social media in motivating sustainable luxury fashion consumptions. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3).
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hesse-Biber, S. (2010). Qualitative approaches to mixed methods practice. *Qualitative Inquiry*, 16(6). <https://doi.org/10.1177/1077800410364611>
- Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Kajtazi, K., & Zeqiri, J. (2020). The effect of e-WOM and content marketing on customers' purchase intention. In *Int. J. Islamic Marketing and Branding* (Vol. 5, Issue 2).
- Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. In *Journal of Advanced Nursing* (Vol. 72, Issue 12). <https://doi.org/10.1111/jan.13031>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Keller, E., & Fay, B. (2016). *How to use influencers to drive a word-of-mouth strategy*.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

- Kiger, M. E., & Varpio, L. (2020). Thematic analysis of qualitative data: AMEE Guide No. 131. *Medical Teacher*, 42(8). <https://doi.org/10.1080/0142159X.2020.1755030>
- Klug, D., Qin, Y., Evans, M., & Kaufman, G. (2021). Trick and please. A Mixed-Method Study on User Assumptions about the TikTok Algorithm. *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3447535.3462512>
- Labrecque, L. I. (2014). Fostering consumer-brand relationships in social media environments: The role of para social interaction. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 134–148. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.003>
- Lee, J. E., & Chen-Yu, J. H. (2018). Effects of price discount on consumers' perceptions of savings, quality, and value for apparel products: mediating effect of price discount affect. *Fashion and Textiles*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s40691-018-0128-2>
- Li, H., & Kannan, P. K. (2014). Attributing conversions in a multichannel online marketing environment: An empirical model and a field experiment. *Journal of Marketing Research*, 51(1), 40–56. <https://doi.org/10.1509/jmr.13.0050>
- Luthen, M. D., & Soelaiman, L. (2022). *Factors Affecting the Use of Social-Media TikTok to Improve SME Performance*.
- Mansur, D. M., Sule, E. T., Kartini, D., Oesman, Y. M., Putra, A. H. P. K., & Chamidah, N. (2019). Moderating of the role of technology theory to the existence of consumer behaviour on e-commerce. *Journal of Distribution Science*, 17(7), 15–25. <https://doi.org/10.15722/jds.17.07.201907.15>
- Merriam Webster Dictionary. (2018). Social Media | Definition of Social Media by Merriam-Webster. In *31 May 2018*.
- Mishra, S. B., & Alok, S. (2017). *HANDBOOK OF RESEARCH METHODOLOGY*. <https://www.researchgate.net/publication/319207471>

- Morrish, S. C. (2011). *Creating value: An SME and social media*.
<https://www.researchgate.net/publication/221229527>
- Naderifar, M., Goli, H., & Ghaljaie, F. (2017). Snowball Sampling: A Purposeful Method of Sampling in Qualitative Research. *Strides in Development of Medical Education*, 14(3). <https://doi.org/10.5812/sdme.67670>
- Nurul, A., & Rohmah, U. (2019). The Development of SME In the Digital Era In the National Economy. *presiding SEMINAR NASIONAL DAN CALL FOR PAPERS, October*.
- Nuseir, M. T. (2019). The impact of electronic word of mouth (e-WOM) on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries – a case of (UAE). *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 759–767. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2018-0059>
- Patten, M. L. (2018). Qualitative Research Design. In *Understanding Research Methods* (pp. 159–179). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315213033-51>
- Pramudya, S. H., Syahrivar, J., & Chairy, C. (2022). The role of filial piety in career interest alignment, identity alignment, and affective commitment: Evidence from Indonesia. *Problems and Perspectives in Management*, 20(1), 432- 444. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20\(1\).2022.35](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.20(1).2022.35)
- Qalati, S. A., Li, W., Ahmed, N., Mirani, M. A., & Khan, A. (2021). Examining the factors affecting sme performance: the mediating role of social media adoption. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1). <https://doi.org/10.3390/su13010075>
- Ranjit, K. (2019). *Research Methodology: A Step-by-Step Guide for Beginners* - Ranjit Kumar - Google Books. In *Sage*.
- Rasul, T. (2018). Social Media's Growing Influence on Relationship Marketing and Corporate Culture. *The Journal of Developing Areas*, 52(1), 261–268. <https://doi.org/10.1353/jda.2018.0016>

- Rimadias, 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>
- Rodriguez-Gil, L., Orduña, P., García-Zubia, J., & López-de-Ipiña, D. (2018). Interactive live-streaming technologies and approaches for web-based applications. *Multimedia Tools and Applications*, 77(6), 6471–6502. <https://doi.org/10.1007/s11042-017-4556-6>
- Rosiyana, R. N., Agustin, M., Kalka Iskandar, I., & Luckyardi, S. (2021). A NEW DIGITAL MARKETING AREA FOR E-COMMERCE BUSINESS. In *International Journal of Research and Applied Technology* (Vol. 1, Issue 2).
- Saldaña, J. (2013). *The coding manual for qualitative research*. California: SAGE Publications Inc.
- Santos, M. L. B. dos. (2022). The “so-called” UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media. In *Online Information Review* (Vol. 46, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/OIR-06-2020-0258>
- Saputra, V. R., Dhuatu, C. H., & Giyato, G. (2020). Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai mood booster (the Usage of TikTok app to Increase Mood Level). *Indonesian Fun Science Award*, 2(1).
- scribber. (2021). Developing a conceptual framework for research. *Scribber*.
- Shaltoni, A. M. (2017). From websites to social media: exploring the adoption of internet marketing in emerging industrial markets. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 32(7), 1009–1019. <https://doi.org/10.1108/JBIM-06-2016-0122>
- Shemi, A. P., & Procter, C. (2018). E-commerce and entrepreneurship in SMEs: case of my bot. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(3), 501–520. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2017-0088>

- SI, S. (2015). Social Media and Its Role in Marketing. *Business and Economics Journal*, 07(01). <https://doi.org/10.4172/2151-6219.1000203>
- Su, Y., Baker, B. J., Doyle, J. P., & Yan, M. (2020). Fan engagement in 15 seconds: Athletes' relationship marketing during a pandemic via TikTok. *International Journal of Sport Communication*, 13(3), 436–446. <https://doi.org/10.1123/ijsc.2020-0238>
- Syahrivar, J., & Ichlas, A. M. (2018). The impact of electronic Word of Mouth (E-WOM) on brand equity of imported shoes: does a good online brand equity result in high customers' involvements in purchasing decisions? *The Asian Journal of Technology Management*, 11(1). <https://doi.org/10.12695/ajtm.2018.11.1.5>
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2021). The effect of social media on firm performance. *Computers in Human Behaviour*, 115. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.09.026>
- Tsiakali, K. (2018). User-generated-content versus marketing-generated-content: personality and content influence on traveller's behaviour. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 27(8). <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1477643>
- Vela, K. (2018). The research processes. *In the Intersection: Where Evidence Based Nursing and Information Literacy Meet*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-101282-6.00005-0>
- Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L., & Tichindelean, M. (2013). The Effects of Social Media Marketing on Online Consumer behaviour. *International Journal of Business and Management*, 8(14). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n14p66>
- Vizcaíno-Verdú, A., & Aguaded, I. (2022). #ThisIsMeChallenge and Music for Empowerment of Marginalized Groups on TikTok. *Media and Communication*, 10(1), 157–172. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4715>
- Wang, H., & Xie, J. (2020). A Review of Social Commerce Research. *American Journal of Industrial and Business Management*, 10(04). <https://doi.org/10.4236/ajibm.2020.104053>

- Wang, R., & Chan-Olmsted, S. (2020). Content marketing strategy of branded YouTube channels. *Journal of Media Business Studies*. <https://doi.org/10.1080/16522354.2020.1783130>
- Wardati, N. K., & Er, M. (2019). The impact of social media usage on the sales process in small and medium enterprises (SMEs): A systematic literature review. *Procedia Computer Science*, *161*, 976–983. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.207>
- Wilson, A. D., Onwuegbuzie, A. J., & Manning, L. S. P. (2016). Using paired depth interviews to collect qualitative data. *Qualitative Report*, *21*(9). <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2016.2166>
- World Bank. (2015). *Small and Medium Enterprises (SMEs) finance*. Retrieved from World Bank: <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- Zhang, Z. (2021). Infrastructuralization of TikTok: transformation, power relationships, and platformization of video entertainment in China. *Media, Culture and Society*, *43*(2), 219–236. <https://doi.org/10.1177/0163443720939452>

APPENDIX

APPENDIX 1: INTERVIEW PARTICIPANT

Participant	Education	Place	Gender	Age	TikTok Account
P1	Senior High School	Cikarang	Female	21	Aamena.mw
P2	Bachelor	Bogor	Female	22	annisahijab_bogor
P3	Bachelor	South Jakarta	Female	30	atelierhanbira
P4	Senior high school	Yogyakarta	Male	21	Akhmadal20 (Private Account)
P5	Senior high school	Tangerang	Female	26	ucuuuull_
P6	Bachelor	North Jakarta	Female	26	bouquetnow
P7	Senior high school	Bogor regency	Female	21	lidisiurang
P8	Bachelor	Bogor	Male	27	cemilanendulbogor
P9	Senior high school	Bogor	Female	22	cemilankriuk.bogor
P10	Senior high school	Depok	Male	23	gording.second.id
P11	Bachelor	Bogor	Female	21	lastflower.bogor
P12	Senior high school	Tangerang	Female	21	makinenak food
P13	Bachelor	North Jakarta	Female	21	morisoles
P14	Bachelor	Central Jakarta	Female	30	petaloztea
P15	Bachelor	Tangerang	Male	22	ryn.boutiquethrift
P16	Bachelor	Bekasi	Female	25	taichan_dw
P17	Bachelor	Depok	Male	27	zalstore.co

APPENDIX 2: CODE

Name	Files	References
Algorithm	5	9
Content	16	29
cost efficiency	4	4
Easy to use	7	8
Engagement	1	1
entertainment	1	1
Event And Collaboration	1	1
E-WOM	3	4
Features on TikTok	7	9
In great demand	15	21
Increasing sales	16	22
Influencer	2	3
interactivity	2	2
Latest trend	13	17
Live TikTok	4	5
Promo and Sale	8	9
Review Product	1	1
sound and musik	1	1
Target Audiance	12	18
trending apps	2	2
voice over	1	1

APPENDIX 3: INTERVIEW TRANSCRIPT

1. Ucuuuul_

PERTANYAAN INTERVIEW

USIA: 26

PENDIDIKAN: SMK

TEMPAT: Tangerang

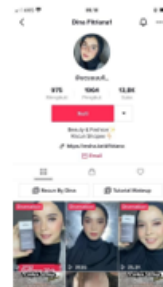
Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: ucuuuul_

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Affiliate**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **500K**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **2 bulan**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Menurut pandangan saya terkait persaingan bisnis di era digital saat ini, lumayan susah dan butuh effort yang lumayan tinggi untuk dapat bersaing dengan para pengguna affiliate**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Ada**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Mengadakan promo atau sale**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Karena TikTok saat ini menjadi platform media sosial yang banyak diminati oleh seluruh kalangan baik remaja, dewasa, maupun orang tua**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **2 Bulan**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Iya, karena lebih mudah untuk menjangkau para peminat**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Cukup baik**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Konten atau review**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Bersaing dengan sehat dan mengikuti tren saat ini**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Rajin membuat konten-konten yang menarik**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Mudah menjangkau para peminat/pembeli, tiktok menjadi platform yang mudah digunakan oleh seluruh kalangan dan mempunyai algoritma yang bisa dilihat oleh siapapun tanpa harus berteman terlebih dahulu**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Yang saya sukai dengan platform media sosial tiktok adalah mudah digunakan baik untuk seller**

maupun customer, sedangkan hal yang tidak suka dari tiktok adalah kadang susah untuk fyp yang berdampak penghasilan menurun

16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Suka terkena pelanggaran jika kontennya tidak sesuai**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? **Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? Tidak ada**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Iya signifikan**



AKUN TIKTOK:

2. Akhmadal20

USIA: 21

PENDIDIKAN: SMA

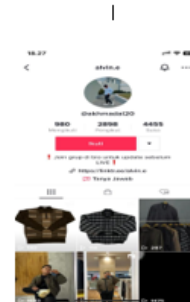
TEMPAT: Yogyakarta

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Akun TikTok: akhmadal20 (akun pribadi)

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? Jenis usaha yang saya jalankan mungkin jadi model dress gitu thrifting bahasa kasarnya baju bekas. Nah itu jualan yang sedang saya jalankan
2. Berapa harga produk yang anda jual? untuk yang saya jual kisaran berbeda-beda bervariasi bervariasi jadi ada yang di harga dibawah Rp100.000 ada yang di harga hingga Rp200.000 tergantung brand apa yang akan dibeli
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? Baru mau jalan 2 tahun
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? Sangat ketat, banyak bisnis baru dan persaingan semakin ketat, bahkan juga banyak teman saya yang berbondong bonding untuk memulai usaha.
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? Ada, diawali dari mulut ke mulut terlebih dahulu setelah itu mungkin menggunakan social media seperti fitur story atau konten video
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? Kalau dari saya sendiri sih mungkin memperbanyak produk yang saya jual sendiri karna dari situ nantinya akan memperbanyak pilihan untuk pembeli
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? tiktok sedang ramai dipakai bahkan hampir semua orang menggunakan tiktok dan juga penggunaannya lebih mudah
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? 1 tahun
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? Efektif. Saya memanfaatkannya dengan memasukkan dagangan dengan berlandaskan konten yang sedang trending. Serta menggunakan live untuk berjualan
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? Seluruhnya masih baik saja tapi sangat besar sehingga tadi itu dari mulut ke mulut awalnya
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? Trend dan waktu serta hastag yang sedang tren untuk konten yang diberikan

7. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? Sah sah saja karena jika pelanggan lebih memilih produk saingan bisa jadi ada yang harus dievaluasi dari dagangan kami
8. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? Memasukkan dagangan dengan berlandaskan konten yang sedang trending
9. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? Engagement yang besar
10. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. Algoritma tiktok dapat diatur sedemikian rupa jika mengerti strategi dan cara yang benar, namun kekurangannya adalah masih susah menaikkan produk ke permukaan karena bukan kami satu satunya yang menggunakan strategi seperti ini
11. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? lebih butuh effort untuk menaikkan konten, dan butuh memperhatikan trend setiap hari
12. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? Tidak
13. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? Cukup membantu



3. Ameena.mw

USIA: 21

PENDIDIKAN: SMA

TEMPAT: Cikarang

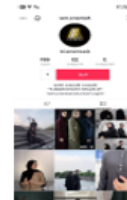
Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: Aameena.mw

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **usaha yang bergerak dibidang pakaian muslim untuk laki dan perempuan yang mengusung pada tema islamic karna targetnya adalah umat muslim**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **150K – 300K**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **1,5 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Kondisi persaingan bisnis di era digital saat ini cukup ketat karena perkembangan teknologi yang begitu pesat membuat hampir semua pelaku usaha beralih ke platform digital untuk menjalankan bisnis usahanya, menurut saya bisnis khususnya umkm persaingan sangat menantang karna setiap dari pemangku bisnis selalu berinovasi terutama dalam pemanfaatan digital**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **kegiatan branding yang dilakukan aameena itu sendiri melalui 2 strtaegi yaitu sepwrtri melakukan secara online dengan platform social media lalu juga dengan secara offline dengan menghadiri kegiatan atau event islami seperti fashion show atau kolaborasi dengan acara islami.**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **untuk inivasi selain melakukan disocial media dan kegiatan offline lainnya kami memikirkan bahwa yang terpenting adalah produk itu sendiri jadi apakah produk ini bermanfaat atau memiliki value yang lebih sehingga bagaimanapun branding nya para customer itu ttp fokus pda produk kami**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **karna menurut saya tiktok ini merupakan platform yang perkembangan nya itu sangat significant dan cepat sekali dan juga luas sehingga bisa dapat dilihat lebih luas dengan banyak macam customer**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **promosi yang kami lakukan dengan tiktok kami ini sangat efektif yang fokusnya untuk branding awrnes kami terutama untuk usaha baru menurut saya ini salah satu platform yang sangat mudah karna**

memang reach nya yang sangat luas itu membuat kami sebagai owner untuk mempermudah membuat usaha yang kami tawarkan terlihat untuk melakukan pendekatan dengan masyarakat luas

10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Komunikasi menjadi lebih sering terjalin dengan memanfaatkan fitur promosi yang tersedia di tiktok.**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Menentukan target pasar dan konten yang menarik, serta kualitas produk yang harus dijaga.**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Membuat produk serta layanan yang berbeda dengan memperhatikan apa saja yang tidak ditawarkan oleh pesaing**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Dengan memanfaatkan semua fitur yang ada pada tiktok untuk mendukung promosi pada produk.**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Mudah digunakan untuk pemula sebagai media promosi dan fitur-fiturnya sangat mudah untuk diakses.**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. **Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. Sukanya karena banyak yang menggunakan tiktok jadi target pasar luas dan dukanya sama seperti marketplace yang lain ada saja yang hit n run saat membayar**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Saat sudah membuat konten promosi brand tapi tidak fyp**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? **Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? Tidak ada**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Signifikan**



4. Annisahijab_bogor

USIA: 22

PENDIDIKAN: S1

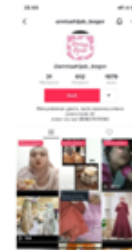
TEMPAT: Bogor

Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: annisahijab_bogor

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Hijab & Fashion**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **25K - 200K**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **2 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Digital marketing sangat tidak bisa di duga maka kita harus mencoba semua jalan yg sedang tren**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Tentu ada, saya melakukan promosi melalui akun bisnis dan akun pribadi serta menawarkan secara langsung ke orang terdekat. Keunggulan bisnis saya adalah produk yang saya jual adalah produk premium dengan harga yang masih terjangkau**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Belajar digital marketing, mengikuti trend sosial media, melakukan kerjasama endorse, serta memberikan promosi menarik**
7. Mengapa Tik-Tok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Karena logaritma tiktok tidak dapat ditebak, bisa saja akun kita fyp yang memungkinkan kenaikan followers & penjualan produk**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1 Tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti Tik-Tok untuk meningkatkan usaha Anda? **Iya sangat efektif karena kita bisa melakukan live shopping dengan penonton tidak diduga yang terkadang banyak meskipun followers masih sedikit**
10. Bagaimana pengaruh Tik-Tok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Sangat bagus, tiktok menghubungkan kita dengan banyak orang**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan Tik-Tok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Aspek keuntungan karena harga sangat bersaing serta adanya biaya admin**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing Tik-Tok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **semua orang sudah ada rezeki nya masing masing jadi tinggal kita berusaha dan menawarkan keunggulan produk kita**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi Tik-Tok untuk usaha anda? **Membuat short video, membuat konten menarik yang sedang tren dan melakukan live shopping**

14. Apa keuntungan menggunakan Tik-Tok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Kita bisa mendapat audiens tanpa terduga meskipun terkadang turun naik**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai Tik-Tok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Di tiktok seller tidak ada customer service sehingga saat terjadi eror penjual pasti kebingungan serta pencairan dana yang terhitung lama dibanding e-commerce lain**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan Tik-Tok sebagai media promosi? **Ada batas penjualan jika tidak aktif maka dapat di blokir, dan pencairan dana yang lama**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui Tik-Tok? **Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? sejauh ini saya belum pernah mengeluarkan uang karena belum ada kerja sama dengan pihak lain seperti endorsement di tiktok.**
18. Apakah promosi melalui media sosial Tik-Tok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Lumayan berpengaruh.**



5. atelierhanbira

USIA: 30

PENDIDIKAN: S1

TEMPAT: Cipete selatan, Jakarta Selatan
Perempuan

Jenis Kelamin:

Akun TikTok: atelierhanbira

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Florist**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **Sekitar 150K hingga jutaan**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **5 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **bagus kompetitif dan saling support satu sama lain**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **yes, ada**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **membuat konten, memberikan informasi tentang jenis bunga, keunggulan rangkaian bunga**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **sedang hits, menghibur, dan memang market banyak yang terbawa dari tiktok**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **2 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **yes, karena konteks video yang menarik, dilihat banyak orang, dibahas banyak orang, dan mengundang rasa tertarik dan minat untuk beli / pesan**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **baik, karena terjadi interaksi dengan viewers via komen video tiktok, ada masukan ada 'reaksi' yang bisa langsung disampaikan dan dibaca oleh kami.**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **harus update dengan tren saat ini, namun tetap memegang konsep dan prinsip dari materi yang ingin disampaikan agar tidak sekedar viral tanpa sampai target utama untuk meningkatkan penjualan.**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **ngga masalah, kadang justru memberi ilmu dan inspirasi.**
13. Bagaimana cara mengoptimalkan pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **sering posting video terkadang live tiktok.**

14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **tidak berbayar, bisa menjangkau pembeli / viewers yang diluar jangkauan / range sosmed instagram**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Terkadang ketika 1 video diukai / sedang tren, jadi isinya itu semua membosankan dan monoton.**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Belum ada**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Belum ada**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Ya berpengaruh**



AKUN TIKTOK:

6. bouqetnow

USIA: 26

PENDIDIKAN: S1

TEMPAT: Jakarta utara

Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: bouqetnow

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Buket hiasan**
2. Berapa harga produk yang anda jual? sesuai pesanan, **paling rendah di angka 70rb**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **7 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Berat karena pengusaha buket sudah menjamur dimana-mana**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Membuat buket yang eksklusif dan membiarkan pelanggan memilih by request yang mereka inginkan dengan eksklusifitas mereka sendiri**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Mengeklusifkan bisnis dan membuat bisnis independen, serta memilih pasar yang tepat**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Engagement tiktok termasuk salah satu yang terbesar saat ini**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **2 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **efektif jika tahu caranya. intinya membuat konten dan pintar memilih pasar**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **membuat tiktok menjadi media konektor antara penjual dan pembeli menjadi sedikit lebih mudah**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Konten seperti apa dan siapa yang akan melihat. Cocokkan pasar**

12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Tidak masalah, menjaga eksklusifitas adalah idealisme yang kami pegang**
13. Bagaimana cara mengoptimalisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Mencari trend yang sesuai tema kita dan tidak asal masuk**
14. Apa keunngan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Lebih banyak yang melihat**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Konten akan banyak yang melihat, namun tidak akan bisa menyaring komentar pelanggan mau itu baik atau buruk**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **tidak akan bisa menyaring komentar pelanggan mau itu baik atau buruk**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Iya untuk dia kresid, 150rb**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Membantu sekali**



7. lidisiumpang

USIA: 21

PENDIDIKAN: SMA

TEMPAT: Kabupaten Bogor

Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: lidisiumpang

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Catering**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **15rb-20rb**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **1 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Persaingan bisnis ukm di era digital ini menurut saya menjadi semakin memacu para pelaku usaha untuk bertomba-tomba sekreatif mungkin mempromosikan produknya**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **belum ada**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **menyesuaikan dengan perkembangan zaman karena rata rata orang lebih tertarik dengan yang kekinian**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **karena tiktok menjadi salah satu aplikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat dan untuk fitur fiturnya pun mudah digunakan**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1 Tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **sangat efektif, karena tiktok usaha saya jadi lebih dikenal banyak orang**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **pengaruhnya sangat baik**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **aspek spesifikasi hp, karena spesifikasi hp yg rendah akan menghambat membuat konten di tiktok**

12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Tidak menanggapi, fokus dengan usaha sendiri**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **dengan rutin membuat konten usaha saya**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **produk menjadi lebih dikenal**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **yang suka dari tiktok adalah fitur fiturnya menarik, yang saya tidak suka dari tiktok tidak ada**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Tidak ada**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **tidak ada, hanya mengeluarkan uang untuk beli kuota saja**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **iya, berpengaruh signifikan**



8. cemilanendulbogor

USIA: 27

PENDIDIKAN: S2

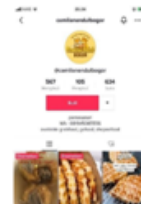
TEMPAT: Bogor

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Akun TikTok: [cemilanendulbogor](#)

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Food and Beverage**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **5rb - 20rb**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **2 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Sangat ketat, banyak bisnis baru dan persaingan semakin ketat**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Ada, kami membuat branding di dunia digital dengan memanfaatkan beberapa media sosial, dan meningkatkan engagement**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Research, dan adaptive, karena kedua faktor tersebut terbukti membuat bisnis berkembang secara scientific, kami melakukan research pasar dengan rutin memutar pasar secara fisik maupun media, lalu dengan itu kami menarik kesimpulan untuk ide penjualan kedepan**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Engagement dan algoritma tiktok sangat baik menurut saya dan juga kan dia gampang sampai untuk tertuju ke penonton yang sesuai target dengan capai, dan selain itu tiktok juga sedang ramai dipakai bahkan hampir semua orang menggunakan tiktok**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1,5 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Efektif, seperti yang kami jelaskan bahwa algoritma dan engagement tiktok sangat baik, besar, dan luas, maka dengan itu kami memanfaatkannya dengan memasukkan dagangan dengan berlandaskan konten yang sedang trending**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Seluruhnya masih baik saja**

11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Trend dan waktu serta hastag yang sedang tren untuk konten yang diberikan**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Sah sah saja karena jika pelanggan lebih memilih produk saingan bisa jadi ada yang harus dievaluasi dari dagangan kami**
13. Bagaimana cara mengoptimalkan pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Memasukkan dagangan dengan berlandaskan konten yang sedang trending**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Engagement yang besar**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Algoritma tiktok dapat diatur sedemikian rupa jika mengerti strategi dan cara yang benar, namun kekurangannya adalah masih susah menaikkan produk ke permukaan karena bukan kami satu satunya yang menggunakan strategi seperti ini**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **lebih butuh effort untuk menaikkan konten, dan butuh memperhatikan trend setiap hari**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Tidak**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Cukup membantu**



9. cemilankriuk.bogor

USIA: 22

PENDIDIKAN: SMA

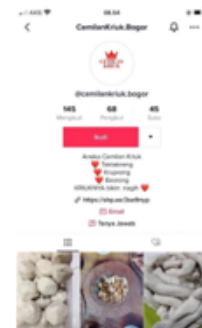
TEMPAT: Bogor

Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: cemilankriuk.bogor

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Makanan ringan**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **3K – 10K**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **1,5 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Kondisi persaingan bisnis di era digital saat ini cukup ketat karena perkembangan teknologi yang begitu pesat membuat hampir semua pelaku usaha beralih ke platform digital untuk menjalankan bisnis usahanya, dan bisa berjualan darimana saja menjadikan pelaku usaha memiliki banyak tempat untuk berjualan.**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Ada yaitu dengan aktif menjawab pertanyaan customer dan membuat konten tiktok terkait produk**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Mencari banyak referensi produk untuk dijadikan bahan pertimbangan inovasi.**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Karena saat ini hampir semua kalangan usia menggunakan tiktok, target pasar menjadi luas.**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1,5 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Cukup efektif karena menjangkau target pasar yang telah ditentukan**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Komunikasi menjadi lebih sering terjalin dengan memanfaatkan fitur promosi yang tersedia di tiktok.**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Menentukan target pasar dan konten yang menarik, serta kualitas produk yang harus dijaga.**

12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Membuat produk serta layanan yang berbeda dengan memperhatikan apa saja yang tidak ditawarkan oleh pesaing**
13. Bagaimana cara mengoptimalkan pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Dengan memanfaatkan semua fitur yang ada pada tiktok untuk mendukung promosi pada produk.**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Mudah digunakan untuk pemula sebagai media promosi dan fitur-fiturnya sangat mudah untuk diakses.**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Sukanya karena banyak yang menggunakan tiktok jadi target pasar luas dan dukanya sama seperti marketplace yang lain ada saja yang hit n run saat membayar**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? Saat sudah membuat konten promosi brand tapi tidak fyp
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Tidak ada**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Signifikan**



10. gording.second.id

USIA: 23

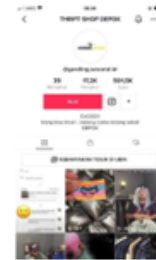
PENDIDIKAN: SMK

TEMPAT: Depok

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Akun TikTok: [gording.second.id](https://www.tiktok.com/@gording.second.id)

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Thrift pakaian**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **50K – 250K**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **2,1 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Di era sekarang ini, persaingan bisnis UMKM sangat kompetitif.**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Ada, kita menjual barang" trifting yg mereka biasa di cari" oleh masyarakat.**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Membuat promosi yang semenarik mungkin**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Karena sekarang orang lebih banyak menggunakan tiktok dan menjadi hal yg biasa untuk semua kalangan**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Efektif, karena konsumen lebih mudah untuk bisa melihat apa yg mereka butuhkan.**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Baik**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Membuat video konten agar bisa di lihat oleh calon pembeli**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Kompetitif dan mungkin lebih memberikan kerativitas aja sih**
13. Bagaimana cara mengoptimalisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Membuat video konten semenarik mungkin serta saat upload nya juga harus lebih melihat waktu nya aja sih biar bisa ditonton, dan juga mengikuti tren yang sedang viral saat membuat konten tadi**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Semua kalangan menggunakan tiktok dapat menemukan pasarnya dengan mudah.**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Tiktok menjadi platfrom yang sangat simple, membuat orang" dengan mudah mengetahui sesuatu**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Tidak ada**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Tidak ada**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Sampai saat ini masih belum**



11. lastflower.bogor

USIA: 21

PENDIDIKAN: S1

TEMPAT: Bogor

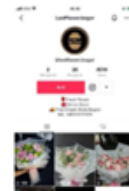
Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: lastflower.bogor

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Toko Bunga**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **Harga dari 150k sampai 1 juta**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **5 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Cukup sulit karena semua berfokus di dunia online jadi tugas kita sebagai owner harus mengikuti perkembangan teknologi**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Ada**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Promosi mengenalkan keunggulan produk**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Ada harga potongan dari tiktok untuk pembeli yang di tanggung tiktok dan juga tiktok sedang ramai juga pemakai nya**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **3 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Efektif karena semua kalangan usia bisa mengakses apl tiktok dan algoritma tiktok berfokus dengan hal hal yang dibutuhkan dan trending**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Baik-baik saja tidak ada yang buruk**

11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Aspek kualitas video dan suara sih seperti nya**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Memberi gift kepada konsumen agar took menjadi langganan**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Tetap online dan ikuti perkembangan yang dibutuhkan**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Banyak tidak bias disebutkan satu-satu karena waktu saya sedang tidak banyak**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Yang disuka karna harga disubsidi oleh tiktok antar pembeli dan penjual yang tidak suka ketika vidio promosi tidak fyp**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Uang hasil penjualan tidak bisa langsung dicairkan**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? **Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? Tidak**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Iya berpengaruh**

AKUN TIKTOK:



12. makinena.food

USIA: 21

PENDIDIKAN: S1

TEMPAT: Tangerang

Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: makinena.food

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Makanan**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **5rb – 15rb**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **2 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Jauh sebelum pandemi datang era digital sangat mempengaruhi minat bagi pelanggan yang terbiasa membeli barang/makanan dengan cara yg lebih efisien dan praktis dalam segi waktu dan tenaga. hal ini sangat menjadi persaingan yg begitu ketat bagi para pembisnis UMKM karena dalam mempromosikan barang jual ke media sosial tidak begitu mudah karena dapat dilihat dari kualitas pembuatan video mempengaruhi minat pembeli. apabila, video terlalu panjang maka akan membuat calon pembeli bosan melihat postingan tersebut. dengan demikian para pembisnis UMKM tidak hanya memikirkan bagaimana caranya untuk membuat produk yang dapat dicintai dan dicari cari oleh pelanggan tetapi juga para pembisnis harus menguasai teknologi dalam mempromosikan dagangan tersebut.**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri?
Ada, dalam usaha yang dilakukan saya, saya selalu memberikan slogan yang mampu diingat oleh pelanggan sehingga slogan tersebut menjadi sebuah branding dalam usaha yg sedang saya jalani hal tersebut menjadi keunggulan dalam mengenalkan ciri khas bisnis saya.
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Tetap mengupayakan yg terbaik dan terus berinovasi agar tidak monoton.**

Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **TikTok merupakan platform yg sudah banyak digunakan oleh semua kalangan usia. TikTok juga bukan sekedar platform yang hanya memunculkan video dance melainkan dalam fitur yg diberikan TikTok kepada pengguna sangat mendukung dalam menjalankan bisnis seperti membuat video dengan editan suara atau bisa diisi dengan voice over untuk dapat mengenalkan produk dengan kreatif. hal ini sangat penting dalam membangun kepercayaan pedagang kepada calon pembeli.**

Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **2 tahun**

Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **efektif karena dengan segala upaya kreatifitas yg dituangkan ke dalam video untuk mengenalka produk sangat penting bagi calon pembeli.**

Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **sangat berpengaruh**

Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **aspek keberanian dan tidak mudah menyerah yg saya gunakan untuk tetap terus konsisten dalam mengunggah video produk jualan saya.**

Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Biasa saja, dengan banyaknya keberanekaragaman orang dalam menjual produk justru saya semakin berpacu untuk terus menggali ide dalam setiap perkembangan yg saya inginkan demi tujuan yg bisa saya capai.**

Bagaimana cara mengoptimalisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? dengan cara tetap konsisten dalam membuat video dan sekarang ada fitur live di TikTok untuk mempermudah pelanggan dalam membeli produk kemudian membuat daya tarik calon pembeli dalam memunculkan promo promo yg spektakuler.

Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **sangat menguntungkan karena penjualan bisa lebih dari target biasanya**

15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Sejauh ini dalam berdagang melalui TikTok belum menemukan kelemahan yg mampu merugikan jualan saya.**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Belum ada**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Kebetulan bidang usaha saya dari bidang makanan. maka dari itu dalam mengenalkan usaha makanan saya tidak memerlukan uang diluar uang untuk membeli bahan karena dalam mempromosikan makanan di TikTok bagi saya adalah proses dari pembuatan makanan tersebut yg memiliki nilai jual. dengan begitu calon pembeli atau pelanggan bisa mengetahui cara pembuatan, pengolahan, kebersihan, dan kerapihan dalam membuat produk hal itu yg bisa menumbuhkan rasa percaya kepada calon pembeli yg kita upayakan.**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **ya sangat berpengaruh**



13. morisoles

USIA: 21

PENDIDIKAN: S1

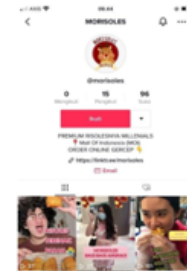
TEMPAT: Jakarta Utara

Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: morisoles

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Makanan ringan**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **40K – 100K**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **1 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Kondisi persaingan bisnis di era digital sat ini sangat bervariasi mulai dari segi marketing yang mulai memanfaatkan teknologi hingga konsep ide konten untuk bisnis kian kekinian seiring perkembangan zaman**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **kita Mempromosikan melalui platform media sosial seperti tiktok karena platform tersebut banyak digunakan oleh masyarakat luas**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Meningkatkan inovasi dan kreativitas**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Karena tiktok sarana komunikasi yang sedang kekinian dan sedang ramai aja sih**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Sangat efektif**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Berpengaruh yaa dalam meningkatkan promosi**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Ide konten, hastag yang sedang viral dan waktu dalam memberikan konten di akun aja sih paling**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Berupaya merefresh dan meleak terhadap trending yang sedang hangat**

13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Konsisten dalam memberikan konten dan penjualan aja sih menurut saya**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Makin banyak dikenal**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **So far tiktok saat ini banyak digunakan juga jadi belum ada sih paling**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Persaingan dengan bisnis lain itupun hanya kendala saja sih dan belum ada sih kalau kerugian saat pemakaian tiktok**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Untuk membayar fee dari endorse, sekitar 100K-1Jt**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Ya berpengaruh**



14. petaloztea

USIA: 31

PENDIDIKAN: Menempuh S2

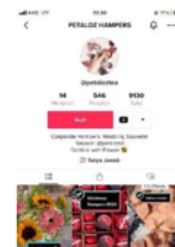
TEMPAT: Jakarta Pusat

Jenis Kelamin: Perempuan

Akan TikTok: petaloztea

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Hampers/Parsel**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **100K – 1,5Jt**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **5 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Semakin berat karena banyak bisnis2 baru yang bermunculan tetapi bukan jadi kendala bagi kami untuk terus berkembang di usaha ini**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Sedikit menyangkan keunggulan, lebih banyak mengadakan promosi**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Lebih ke improvement promosi agar konsumen setia**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Lebih besar masanya karna banyak yang memakai**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **2 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Lumayan membantu karena dapat menaikkan view dan konsumen**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Lumayan mempengaruhi jumlah pembelian**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Meningkatkan promosi memberikan konten yang sedang tren**

12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Tidak apa-apa karena tiktok adalah marketplace juga, dan tidak dapat dipungkiri untuk mendapatkan saingan**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Mengandalkan promosi dan diskon dengan menaikkan produk menggunakan tren**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **View yang acak mengakibatkan sekali naik akan semakin mudah naik**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Tiktok kadang butuh perhatian lebih karena tren cepat berubah, dan karena promosi menggunakan tren yang sedang naik maka butuh banyak observasi**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? Se jauh ini belum ada
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Tidak**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Lumayan**



15. ryn.boutiquethrift

USIA: 22

PENDIDIKAN: S1

TEMPAT: Tangerang
Laki

Jenis Kelamin: Laki-

Alum TikTok: ryn.boutiquethrift

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Pakaian**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **15rb – 200rb**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **3 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Yaa cukup bagus, karna bisa memanfaatkan sosial media sebagai platform penjualan**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Ada dengan memberikan promosi terkait produk yang saya jual aja sih**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Seperti melakukan promo2 yang menarik dan memperkenalkan produk yang saya berikan**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Karna tiktok sampai saat ini banyak yang menggunakannya**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Iya efektif**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Sangat bagus pengaruhnya dapat memberikan peningkatan penjualan sih.**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Aspek promosi, seperti pembuatan konten dan mengikuti tren terkini.**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Menanggapi secara sehat saja, karena rezeki masing-masing pengusaha atau orang sudah ada yang mengatur.paling lebih memperkenalkan produk yang saya jual aja sih mas**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Dengan cara memanfaatkan media tiktok secara baik mungkin dengan konten aja sih nah klo dengan konten itu biasanya saya buat hastag tren terkini aja biar lebih bisa lewat ke fyp orang yang nonton**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Banyak untungnya, seperti peningkatu penjualan orang liat produk yang saya jual juga**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Lebih sering menguras kuota internet jika memakai platform tiktok**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Kerugian kuota internet saja sampai saat ini**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Ada, tidak terlalu banyak hanya untuk kuota juga aja sih soalnya masih belum menggunakan endors gitu**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Sangat berpengaruh sekali untuk bisnis yang saya jalani**



16. taichan_dw

USIA: 25

PENDIDIKAN: S1

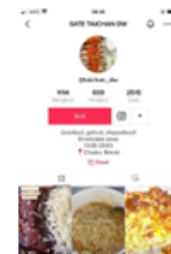
TEMPAT: Bekasi

Jenis Kelamin: Perempuan

Akun TikTok: taichan_dw

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Makanan.**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **10K – 45K.**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **2 tahun.**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Persaingan lumayan, karena harus memanfaatkan promosi digital supaya produk lebih banyak dikenal customer dengan jarak yg melebihi batas.**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Ada dong, aku aktif di medsos IG selalu posting reels, story & feed. TikTok selalu post, dan ngiklan diberbagai medsos food.**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Mempertahankan cita rasa, dan rating customer disetiap pesanan baik dine in, take away, dan ojek online.**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Karena lebih mudah untuk dilihat dibanding yg lain yah dikarenakan tiktok ini juga sekarang lebih diminati oleh kaum manapun mau muda dan juga tua**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **6 Bulan terakhir.**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti TikTok untuk meningkatkan usaha Anda? **Lumayan efektif, karena TikTok lebih banyak org yg lebih mengerti cara bermedia social. Ditambah lagi banyak juga fitur tertentu untuk mempermudah kita sebagai pelaku yang berjualan**
10. Bagaimana pengaruh TikTok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Kalau saat ini akunku msh belum terlalu banyak followers dan belum ada gg meledak fyp JD pengaruhnya belum terlalu terlihat.**
11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Kualitas gambar dan isi video, serta hashtag dan sound yg sedang trending.**

12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Yang sama mungkin banyak tapi rasa taichan yg seenak restoku gaakan ada. Yah mungkin dengan memberikan hal yang positif aja sih untuk pembeli atau gk seperti memberikan promo sih**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi TikTok untuk usaha anda? **Sering upload video. dan upload nya pun juga melihat waktu lalu memberikan hashtag tertentu yang lagi viral aja sih agar bisa samapi ke fyp orang yang menonton**
14. Apa keuntungan menggunakan TikTok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Insight yg lebih besar.**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai TikTok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Untuk sound kadang gak semua bisa digunakan, dan lebih sensitif masalah pelanggaran**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan TikTok sebagai media promosi? **Gatau kalau kerugiannya belum merasakan.**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui TikTok? Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? **Belum membuat budget promosi TikTok karena dana msh terbatas**
18. Apakah promosi melalui media sosial TikTok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Pastinyaaaa signifikan.**



17. zalstore.co

USIA: 27

PENDIDIKAN: S1

TEMPAT: Depok

Jenis Kelamin: Laki-Laki

Akun TikTok: zalstore.co

1. Jenis usaha seperti apa yang anda jalankan? **Thrift pakaian**
2. Berapa harga produk yang anda jual? **250K – 1Jt**
3. Sudah berapa lama anda berkecimpung dalam bisnis tersebut? **3 tahun**
4. Bagaimana menurut pandangan anda tentang kondisi persaingan bisnis khususnya UKM di era digital saat ini? **Kondisi persaingan bisnis UKM di era digital saat ini sangat pesat, dikarenakan para pelaku ukm mempunyai kebiasaan baru yaitu berpindahnya kegiatan menjadi online, sehingga hal tersebut memacu para ukm lain untuk bersaing agar bisa menarik perhatian konsumen.**
5. Dalam bisnis anda sendiri, apakah ada kegiatan branding yang dilakukan untuk mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keunggulan perusahaan itu sendiri? **Ada, dengan membuat konten yang dibagikan di sosial media seperti tiktok dan instagram, sehingga masyarakat pun tau akan keberadaan dan keunggulan produk saya**
6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan inovasi guna memperoleh keunggulan kompetitif? **Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, memberikan produk yang berkualitas, serta membuat kerja sama dengan influencer agar produk saya bisa dikenal**
7. Mengapa TikTok dipilih sebagai sarana promosi usaha Anda? **Dikarenakan Tiktok merupakan media sosial yang paling cepat berkembang, bahkan fitur-fitur yang ada sangat mendukung untuk media promosi bisnis.**
8. Sudah berapa lama Anda menggunakan TikTok sebagai platform untuk mempromosikan usaha Anda? **1 tahun**
9. Menurut Anda apakah efektif promosi pemasaran menggunakan platform media sosial seperti Tik Tok untuk meningkatkan usaha Anda? **Efektif, dikarenakan pengguna tiktok seiring berjalannya waktu sangat banyak. Apabila ide konten yang menarik dan kreatif dari produk saya masuk ke FYP mereka, maka dampaknya juga akan besar, calon konsumen aware dengan keunggulan produk dan bisa melakukan pembelian**
10. Bagaimana pengaruh Tik Tok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan? **Pengaruh tiktok terhadap hubungan bisnis dengan pelanggan yaitu bersifat positif yang mana tiktok bisa sangat mudah untuk berkomunikasi dengan pelanggan.**

11. Aspek apa yang harus Anda pertimbangkan saat menggunakan TikTok sebagai strategi promosi usaha Anda? **Aspek yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan tiktok yaitu harus kreatif dan variatif dalam membuat konten.**
12. Bagaimana Anda menanggapi pesaing TikTok yang menjual serupa seperti usaha yang anda jalankan? **Mengenalai keunggulan produk sendiri, melakukan analisis peluang usaha dan target pasar, mengenali pelanggan baru maupun lama. Dengan hal tersebut produk saya masih bisa bersaing dengan kompetitor.**
13. Bagaimana cara mengoptimisasi pemanfaatan media promosi Tik Tok untuk usaha anda? **Dengan menyesuaikan konten dengan tren saat ini, menggunakan hashtag yang sesuai dan aktif berinteraksi dan update konten.**
14. Apa keuntungan menggunakan Tik Tok sebagai platform promosi media sosial menurut Anda? **Bisa memiliki berbagai influencer yang dapat diajak kerja sama dalam mempromosikan usaha, branding dan jualan makin mudah, meningkatkan penjualan dengan video yang singkat dan live streaming**
15. Tolong jelaskan apa yang Anda sukai atau tidak sukai mengenai Tik Tok. Anda dapat memberikan perbandingan dengan platform media sosial yang lain jika mau. **Kedua-duanya saya sukai, yaitu apabila konten saya masuk FYP orang-orang maka, dampak yang dihasilkan juga banyak yaitu banyak orang-orang yang akan membeli. Tapi keadaan tidak sukanya yaitu ketika konten yang dibuat sudah kreatif dan membutuhkan waktu lama tapi tidak fyp, akhirnya hanya sedikit orang yang mengenal produk yang saya pasarkan.**
16. Apa kerugian yang dialami menggunakan Tik Tok sebagai media promosi? **Tidak ada**
17. Apakah ada biaya tertentu untuk mempromosikan usaha Anda melalui Tik Tok? **Berapa banyak uang yang dikeluarkan untuk melakukan promosi tersebut? ada, untuk membayar influencer tiktok. sebanyak 20 juta.**
18. Apakah promosi melalui media sosial Tik Tok berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan penjualan bisnis Anda? **Ya sangat berpengaruh**

