

Belajar dari TikTok

Shop: *The Iceberg*



WHAT WE FAILED TO SEE



BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



PENYUSUN KAJIAN

PELINDUNG : BEM UNIVERSITAS UDAYANA

PENGARAH	:	Fauzan Azhima Mikajavani	FK	2102511131
		I Nyoman Trikasudha Gamayana	FIB	2201541145
		I Putu Gede Putra Sentana	FH	2204551027
		Fayza Bratanova Soebroto	FH	2204551516
		Made Lia Agustini	FISIP	2212521025
		Maria Agatha Renaningtyas	FISIP	2212521037

Tim Penulis	:	Afif Faus Yusriyah	FK	2302511088
		Danisha Vanya Yusuf	FH	2304551043
		I Kadek Arisdianta	FTP	2310511010
		Ni Kadek Putri Cahyanti Dewi	FH	2304551478
		Shellena Manda Kurniawan	FISIP	2312511052
		Stevy Agidia Tarigan	FIB	2301541062





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



DAFTAR ISI

KAJIAN TIKTOK <i>SHOP</i>	i
PENYUSUN KAJIAN	ii
DAFTAR ISI	iii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
PEMBAHASAN	5
2.1 <i>Status Quo</i> TikTok <i>Shop</i>	5
2.2 Polemik di Balik Kepopuleran TikTok <i>Shop</i>	7
2.2.1 Psikologi TikTok <i>Shop</i>	7
2.2.2 TikTok <i>Shop</i> vs UMKM.....	9
2.2.3 Dugaan Politik <i>Dumping</i> dan Ancaman Kedaulatan Negara.....	17
2.2.3.1 Sejarah Politik <i>Dumping</i>	17
2.2.3.2 Dugaan TikTok sebagai Politik <i>Dumping</i>	18
PENUTUP	27
3.1 Kesimpulan.....	27
DAFTAR PUSTAKA	30





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

TikTok merupakan aplikasi media sosial yang memberikan wadah bagi para penggunanya untuk berkreasi melalui video pendek yang didukung dengan berbagai musik, efek, dan fitur lainnya yang dapat menarik banyak penonton. Aplikasi ini berasal dari Tiongkok yang diluncurkan dengan nama *Douyin* pada September tahun 2016 oleh *ByteDance*, perusahaan di Tiongkok. Melalui aplikasi TikTok, pengguna dapat menyebarkan video pendek dan juga melihat karya orang lain dengan berbagai ekspresinya. Tak hanya itu, melalui aplikasi ini pengguna juga dapat mengikuti tren ataupun membuat tren itu sendiri seperti dengan membuat gerakan tarian baru menggunakan musik yang menarik.

Sejarah aplikasi TikTok berawal dari aplikasi yang bernama Musical.ly yang diluncurkan pada tahun 2014 di Shanghai. Konsep kedua aplikasi ini sama seperti membuat dan menyebarkan video serta berinteraksi dengan sesama penggunanya.¹ Pada masanya, Musical.ly terkenal di kalangan anak muda terutama di Amerika Serikat. Namun pada tahun 2017, perusahaan asal Tiongkok bernama *ByteDance* mengakuisisi Musical.ly seharga 1 miliar Dollar US kemudian mengonsolidasikan Musical.ly dan TikTok pada tahun 2018. Hal ini menjadi tonggak dalam perkembangan TikTok di dunia.²

Berdasarkan laporan *Business of Apps*, data pengguna TikTok mencapai 1,7 miliar pengguna pada tahun 2023, mengalami kenaikan 17% dibandingkan tahun sebelumnya.³ Aplikasi ini juga menjadi aplikasi yang paling banyak

¹ Editor techfor.id, "The Rise Of TikTok : Masa Keemasan TikTok Selama Masa Pandemi", URL: <https://www.techfor.id/the-rise-of-tiktok-masa-keemasan-tiktok-selama-masa-pandemi/>, (diakses pada 8 Oktober 2023, pukul 19.35)

² Editor BAKRI UMA, "Menggali Jejak Perkembangan TikTok: Dari Musical.ly Hingga Fenomena Global", URL: <https://bakri.uma.ac.id/menggali-jejak-perkembangan-tiktok-dari-musical-ly-hingga-fenomena-global/>, (diakses pada 8 Oktober 2023, pukul 21.47)

³ Mansoor Iqbal, "TikTok Revenue and Usage Statistics (2023)", URL: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>, (diakses pada 8 Oktober 2023, pukul 21.23)





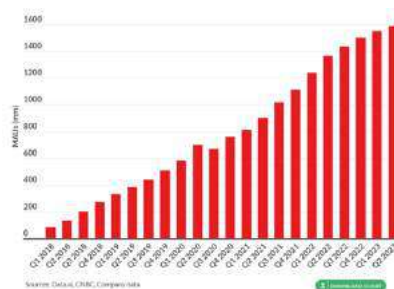
BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



diunduh selama 3 (tiga) tahun terakhir serta mencetak rekor jumlah unduhan pada kuartal pertama tahun 2020. Peningkatan pengguna TikTok utamanya merupakan pengaruh dari masa pandemi di mana terjadinya pembatasan interaksi sosial yang membuat orang-orang merasa bosan dan akhirnya memilih TikTok sebagai wadah untuk berkreaitivitas dan berinteraksi.⁴

Gambar 1.1 Pengguna Triwulanan TikTok 2018 hingga 2023



(Sumber : <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/> diakses pada tanggal 8 Oktober 2023 pukul 20.21 WITA)

Negara dengan pengguna TikTok terbanyak untuk saat ini adalah Amerika Serikat dan disusul Indonesia yang menempati posisi kedua. Berdasarkan data *We Are Social Report*, jumlah pengguna TikTok di Indonesia sebesar 113 juta per April 2023.⁵ Jumlah tersebut hanya selisih 3,52 juta pengguna dari jumlah pengguna TikTok di Amerika Serikat yang berjumlah 116.50 pengguna.

Gambar 1.2 Grafik Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar di Dunia

⁴ Cindy Mutia Annur, “Jumlah Pengguna TikTok Global Bertambah Lagi pada Kuartal I-2023”, URL:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/jumlah-pengguna-tiktok-global-bertambah-lagi-pada-kuartal-i-2023>, (diakses pada 8 Oktober 2023, pukul 22.42)

⁵ Aulia Mutiara Hatia Putri, “Luhut, Politik Kampungan, & Fakta 113 Juta Pengguna TikTok RI”, URL:

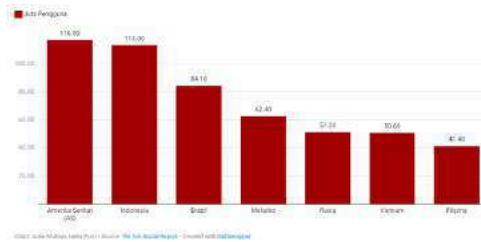
<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230616121645-128-446550/luhut-politik-kampung-n-fakta-113-juta-pengguna-tiktok-ri>, (diakses pada 8 Oktober 2023, pukul 23.34)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



(Sumber :

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230616121645-128-446550/luhut-politik-kampung-fakta-113-juta-pengguna-tiktok-ri> diakses pada tanggal 8 Oktober 2023 22.34 WITA)

TikTok *Shop* muncul sebagai fitur terbaru dalam aplikasi TikTok yang diluncurkan pada 17 April 2021. Fitur ini sangat memudahkan penggunanya lantaran semua telah tersedia hanya dalam satu aplikasi mulai dari pengenalan produk, pemilihan produk, proses transaksi, komunikasi dengan penjual, hingga pengiriman dan penilaian produk.⁶ Hal ini membuat TikTok *Shop* disebut sebagai *social commerce*, yaitu media sosial sekaligus tempat jual beli *online*. Dengan akses yang mudah dan praktis, TikTok *Shop* mengalami perkembangan yang pesat. Namun, akhir-akhir ini TikTok *Shop* ramai diperbincangkan karena dianggap telah merusak harga di pasaran dengan jual rugi demi mendapatkan banyak pelanggan di TikTok *Shop*. Hal ini membuat para pelaku UMKM merasa khawatir dengan adanya aktivitas perdagangan tersebut akan menurunkan hasil penjualan mereka. Di internet juga banyak beredar video yang memaparkan tentang Pasar Tanah Abang yang sepi pembeli. Para pedagang mengaku bahwa penjualan mereka menurun sejak TikTok *Shop* mulai merajalela, tak hanya berkeluh kesah di sosial media, mereka juga membuat keluhan kepada pemerintah seperti kepada Zulkifli Hasan selaku Menteri Perdagangan, Teten Masduki selaku Menteri Koperasi dan UKM, dan Sandiaga Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dikarenakan banyaknya keluhan para pelaku

⁶ Editor Koransulindo.com, "Sejarah TikTok Shop Hingga Dilarang di Indonesia", URL: <https://koransulindo.com/sejarah-tiktok-shop-hingga-dilarang-di-indonesia/#:~:text=Sejarah%20TikTok%20Shop%20diluncurkan%20pada,lancar%20menyenangkan%20dan%20nyaman>, (diakses pada 11 Oktober 2023, pukul 15.48)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



UMKM yang masuk maka hal ini pun sampai pada meja sidang kabinet yang dipimpin oleh Presiden Joko Widodo.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



PEMBAHASAN

2.1 *Status Quo* TikTok Shop

Dengan adanya karakteristik aplikasi yang unik, TikTok memungkinkan pengguna untuk melihat konten hanya dalam waktu singkat. *Platform* ini tidak hanya digunakan untuk menonton video hiburan saja, tetapi mulai digunakan sebagai media pemasaran dan *e-commerce*. Pada Maret 2021, TikTok di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat dikarenakan terdapat fitur baru pada aplikasi ini yaitu TikTok *Shop*.⁷ Fitur tersebut menarik perhatian bagi penggunanya dan dijadikan peluang bisnis yang menjanjikan bagi pelaku usaha. Dalam mempromosikan fitur barunya, TikTok *Shop* menyediakan berbagai macam promo guna menarik minat konsumen seperti promo gratis ongkir, *flash sale*, dan kupon diskon. Hal ini memungkinkan peningkatan penjualan dalam TikTok *Shop* dan peningkatan ekonomi pelaku usaha.

Dalam proses penjualan di TikTok *Shop*, terdapat mekanisme menarik yang penting untuk diketahui, yaitu tentang sistem bagi hasil. Sistem ini melibatkan penjual dan *platform* di mana penjual menerima hasil penjualan barang, sedangkan *platform* hanya menerima komisi yang telah ditentukan.⁸ Selain itu, TikTok *Shop* memberikan wadah promosi dan penjualan produk kepada pengguna berupa fitur *For Your Page* (FYP) di beranda aplikasi, *live streaming*, dan keranjang kuning untuk melakukan transaksi produk. Namun, yang menjadi pembeda antara TikTok *Shop* dengan aplikasi *e-commerce* lainnya adalah TikTok *Shop* memiliki sistem pencairan dana tersendiri terhadap penjual,

⁷ Yanti, Silvia Dwi, Sri Astuti, Camelia Safitri, "Pengaruh Pengalaman Belanja Online Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Di Tiktok Shop (Studi Kasus Mahasiswa Fkip Uhamka 2018)", *Jurnal EMT KITA* 7(1): 47-61.

⁸ Caroline Saskia dan Wahyunanda Kusuma Pertiwi, "Tidak Sama, Ini Beda TikTok Shop dan Project S, Bisnis TikTok yang Bisa Rugikan UMKM di Indonesia", URL: <https://tekno.kompas.com/read/2023/07/14/14300007/tidak-sama-ini-beda-tiktok-shop-dan-proje-ct-s-bisnis-tiktok-yang-bisa-rugikan?page=all#page2>, (diakses pada 09 Oktober 2023, pukul 17.01)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



di mana penjual menunggu beberapa hari untuk pencairan uang hasil penjualan terhitung sejak pembeli menerima barang.⁹

Terhitung pada bulan November 2019, aplikasi TikTok menjadi aplikasi non-*game* yang banyak diunduh yaitu sebanyak 1,5 miliar pengguna TikTok dari seluruh dunia. Hal ini menunjukkan peminat pada aplikasi TikTok tergolong besar ditambah lagi dengan adanya fitur TikTok *Shop*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Munatsir terhadap 104 responden membuktikan bahwa pengalaman berbelanja secara *online* memiliki pengaruh terhadap minat beli sebanyak 62,2%. Variabel selanjutnya kepercayaan konsumen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli sebanyak 40,2%. Variabel terakhir yaitu promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli sebanyak 19,8%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat pada saat ini banyak yang memilih berbelanja secara *online*.¹⁰

Di tahun 2023, kehadiran TikTok *Shop* menjadi fenomena baru di dunia perbelanjaan *online* Indonesia setelah masa peralihan dari pandemi COVID-19 yang menghadirkan layanan interaksi untuk melakukan aktivitas jual beli dengan mudah. Namun, mimpi indah itu tidak berlangsung lama. Di tahun yang sama, penutupan TikTok *Shop* menjadi kabar buruk bagi para penjual dan pembeli *online* dikarenakan aplikasi tersebut sudah tidak bisa melakukan aktivitas jual beli pada Rabu (04/10/2023). Sebelumnya, TikTok *Shop* resmi mulai ditutup di Indonesia sejak akhir September melalui pernyataan Presiden Joko Widodo tentang pelarangan *social commerce* untuk bertransaksi di *platform* media sosial di Rapat Terbatas (Ratas) pada Senin (25/09/2023) yang

⁹ Mohammad Yan Yusuf, "Kapan Uang Masuk di TikTok Shop? Berikut Cek Metode Pembayaran", URL:

<https://www.idxchannel.com/technology/kapan-uang-masuk-di-tiktok-shop-berikut-cek-metode-pembayarannya>, (diakses pada 10 Oktober 2023, pukul 11.57)

¹⁰ Jihan Munatsir, "Pengaruh Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen Dan Promosi Terhadap Minat Beli. (Studi pada Aplikasi Toko Online Shopee pada Masa Pandemi di Mataram)", *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*: 1–21.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



bertempat di Istana Kepresidenan, Jakarta.¹¹ Dari pernyataan Jokowi, para penjual di TikTok *Shop* mulai menutup lapak penjualan dan berpindah ke *marketplace* lain. Namun, penjual tetap diberikan kesempatan untuk mempromosikan barang dan jasa melalui fitur *live streaming*. Dilansir laman *IDX Channel*, Menteri Perdagangan (Mendag) Zulkifli Hasan menyampaikan bahwa TikTok *Shop* harus mendapatkan izin operasional tersendiri untuk penyelenggaraan transaksi sesuai Pasal 3 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.¹²

2.2 Polemik di Balik Kepopuleran TikTok *Shop*

2.2.1 Psikologi Tiktok *Shop*

Saat ini, munculnya Tiktok *Shop* memberikan akses kemudahan bagi para penjual dan pembeli untuk bertransaksi. Namun, akses tersebut tak selamanya dianggap baik dengan munculnya peluang konsumtif bagi masing-masing pengguna. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku kecenderungan untuk membeli barang yang diinginkan tanpa mempertimbangkan fungsi dan nilai guna barang. Perilaku konsumtif didasari oleh faktor globalisasi yang membuat masyarakat harus memenuhi tuntutan kebutuhan hidupnya.¹³ Ancok (1995) memaparkan kemunculan perilaku

¹¹ Dian Erika Nugraheny dan Diamanty Meiliana, “Soal TikTok Shop, Pemerintah Resmi Larang ‘Social E-Commerce’ Bertransaksi, Hanya Boleh Promosi”, URL:

<https://nasional.kompas.com/read/2023/09/25/14540441/soal-tiktok-shop-pemerintah-resmi-larang-social-e-commerce-bertransaksi#:~:text=Ilustrasi%20TikTok%20Shop.%20%28SHUTTERS%20TOCK%29%20JAKARTA%2C%20KOMPAS.com%20-%20Pemerintah,Joko%20Widodo%20di%20Istana%20Kepresidenan%2C%20Jakarta%2C%20Senin%20%2825%2F9%2F2023%29,>
(diakses pada 10 Oktober 2023, pukul 12.13)

¹² Maulina Ulfa, “TikTok Shop Ditutup, Potensi Ekonomi Social Commerce Bisa Meredup”, URL:

<https://www.idxchannel.com/economics/tiktok-shop-ditutup-potensi-ekonomi-social-commerce-bisa-meredup>, (diakses pada 10 Oktober 2023, pukul 12.48)

¹³ Fahmi Anas, “Fenomena Konsumerisme Masyarakat Indonesia: Pendekatan Globalisasi”, URL:

<https://www.kompasiana.com/fahmianas/5f7f155d5522434d7a2e9ef2/fenomena-konsumerisme>





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



konsumtif pada masyarakat Indonesia adalah salah satu akibat dari kegiatan ekonomi negara kapitalis—dengan adanya sistem kapitalis.¹⁴ Efek dari perilaku tersebut memunculkan keinginan konsumen untuk membeli barang secara berlebihan atau disebut konsumerisme. Konsumerisme adalah suatu perilaku individu atau kelompok yang mengonsumsi barang secara berlebihan guna meningkatkan *status* sosialnya.

Di sisi lain, TikTok *Shop* menyebabkan masyarakat memiliki sifat konsumtif-kompulsif. Sifat konsumtif-kompulsif yaitu tindakan dalam membeli barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan demi memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan atau dengan adanya rasa nafsu sementara.¹⁵ Hal ini ditambah lagi dengan adanya iklan *review* dari TikToker terkenal yang membuat konsumen merasa kecanduan dan terdorong untuk membeli barang tersebut. Sikap ini dapat berdampak buruk bagi konsumen, tetapi bagi pemilik toko atau perusahaan yang menjual produk hal ini berdampak sebaliknya. Perilaku konsumtif-kompulsif merupakan bentuk konsumsi yang dinilai sebagai sisi gelap karena sebagai perilaku boros dan hedonisme.

Hadirnya Tiktok *Shop* sebagai *social commerce* memengaruhi gaya hidup masyarakat menjadi hedonisme dikarenakan pengaruh perilaku konsumtif-kompulsif dalam aktivitas jual beli. Pengaruhnya disebabkan oleh adanya racun Tiktok *Shop* dalam *live shopping*, potongan gratis ongkir,¹⁶ dan pemberian diskon dengan harga menarik yang membuat konsumen merasa terdorong untuk melakukan *checkout* barang tanpa memikirkan hal ulang. Hal itu terjadi disebabkan oleh faktor ucapan lisan, tutur kata, maupun tindakan yang

[-masyarakat-indonesia-pendekatan-globalisasi?page=all#sectionall](#), (diakses pada 11 Oktober 2023, pukul 17.08)

¹⁴ Djamaludin Ancok, *Nuansa Psikologi Pembangunan, ed.1* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 76.

¹⁵ Hamdiah Sutrisno, “Perilaku Konsumtif Masyarakat Petani dalam Persaingan Gaya Hidup di Desa Sumber Jambe Kecamatan Sumber Jambe Kabupaten Jember”, *Skripsi*, UIN KH Achmad Siddiq, 2022, hlm. 69.

¹⁶ Alyasinta Viela Tusanputri dan Amron, “Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce Tiktok Shop”, *Jurnal Forum Ekonomi* 23(4): 633.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



mengandung makna persuasif dari video promosi *content creator* atau promotor di fitur *live shopping*.

Perilaku konsumtif-kompulsif membawa dampak buruk bagi lingkungan hidup, terutama bagi masyarakat. Pertama, dalam segi produksi barang memerlukan sumber daya yang boros karena melebihi takaran yang seharusnya diperlukan. Dampak kedua yaitu membuang produk yang dilakukan oleh konsumen, hal ini terjadi ketika barang yang dibeli oleh konsumen dirasa sudah tidak diperlukan lagi sehingga berakhir di tempat pembuangan dan dapat menyebabkan pencemaran lingkungan. Dan yang terakhir yaitu terjadi pemborosan dan inefisiensi biaya yang menyebabkan konsumen tidak mempunyai dana darurat.

2.2.2 TikTok Shop vs UMKM: Siapa yang Dikorbkan

Per tanggal 4 Oktober 2023, TikTok Shop sudah dilarang untuk beroperasi di Indonesia, dengan dugaan telah menyalahi aturan *e-commerce* yang telah berlaku. Kemunculan TikTok Shop ini sangat menggemparkan dunia *e-commerce* di Indonesia, sebab barang-barang yang dijual di TikTok Shop melebihi batas normal. Bayangkan saja bagaimana sepatu bisa harganya Rp 10.000,00 ataupun jaket yang bisa harganya Rp 5.000,00. Tetapi tanpa kita sadari, itu menjadi suatu teknik *marketing* yang diunggulkan di TikTok Shop. Sehingga TikTok Shop diklaim membunuh UMKM tanah air karena produk-produk yang dijajakannya sangat murah. Oleh sebab itu, barang jualan pedagang asli Indonesia di toko *offline* maupun *marketplace* lain kalah saing.¹⁷ Hal tersebut selaras dengan budaya pembeli yang ada di Indonesia di mana mayoritas pembeli lebih mementingkan bagaimana harga barang tersebut daripada kualitas barang tersebut, sehingga terlahirlah jiwa konsumtif. Menurut Bukhari Alma berpendapat bahwa keputusan pembeli adalah keputusan

¹⁷ Tim CNN Indonesia, "Mengapa TikTok Shop Bisa Membunuh UMKM Indonesia?", URL: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230919103145-92-1000791/mengapa-tiktok-shop-bisa-membunuh-umkm-indonesia/1>. (diakses pada 10 Oktober 2023, pukul 19.40)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



konsumen yang terpengaruh secara finansial keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, tempat, iklan, fisik, bukti, orang, proses. Dari adanya hal itu, TikTok *Shop* memanfaatkan keadaan dengan menjual produk di bawah harga normal untuk dapat menarik pelanggan dengan jiwa-jiwa konsumtif dan kurang mementingkan kualitas. Selain itu, adanya dorongan ekonomi yang rendah namun ingin memiliki barang yang terkesan mewah, juga menjadi suatu target pasar TikTok *Shop* di Indonesia.

Lantas bagaimana bisa masyarakat begitu mudahnya tertarik dengan barang-barang yang terdapat di TikTok *Shop*? Terdapat alasan utama yaitu karena adanya produk-produk dengan harga yang murah di TikTok *Shop*, selain itu ada faktor kedua yang menjadi tertariknya masyarakat dengan TikTok *Shop* yaitu pemasaran melalui artis ataupun *affiliate*. Di mana mereka akan membuat suatu video ataupun konten tentang barang-barang yang akan dijual. Pemasaran melalui artis ataupun *affiliate* akan selaras dengan kepercayaan masyarakat karena ketika mereka sudah menjadi penggemar mereka akan mudah percaya dengan barang-barang yang dijual oleh para artis ataupun *affiliate*. Sebab menggunakan artis atau *affiliate* dalam iklan dapat membantu bisnis dalam mencapai tujuan mengeluarkan produk ke publik.¹⁸ Untuk mempengaruhi pelanggan potensial, artis atau *affiliate* dianggap lebih menarik dan mengesankan daripada orang biasa, dan dapat membantu perusahaan meningkatkan efektivitas iklan mereka. Peran *affiliate* dalam periklanan sangat penting karena kehadirannya dalam periklanan mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. *Affiliate* yang sering tampil di televisi dapat menciptakan interaksi antara dirinya dengan penonton yang pada akhirnya membentuk hubungan sosial.

Menteri Perdagangan Zulkifi Hasan mengungkapkan bagaimana permainan harga di TikTok *Shop*. Menurutnya, cara perdagangan di TikTok menggunakan

¹⁸ Nomi Claudia Br Sembiring Kembaren, "Pengaruh Promosi Affiliate Marketing TikTok Terhadap Keputusan Pembelian di Masyarakat Kecamatan Delitua", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area: hlm. 3-4.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



skema *predatory pricing* atau jual rugi demi mendapatkan pelanggan yang banyak. *Predatory pricing* adalah menjual produk dengan harga rendah, yang tujuan utamanya untuk menyingkirkan pelaku usaha pesaing dari pasar dan juga mencegah pelaku usaha yang berpotensi menjadi pesaing untuk masuk ke dalam pasar yang sama. Setelah berhasil mengusir pelaku usaha pesaing dan menunda masuknya pelaku usaha pendatang baru, selanjutnya dia dapat menaikkan harga kembali dan memaksimalkan keuntungan yang mungkin didapatkan. Contoh dari *predatory pricing* adalah jika harga gelang di pasaran Rp 7.000,00 lalu ada pelaku usaha yang menjual harga Rp 4.000,00, dengan demikian otomatis pelanggan akan memilih berbelanja pada penjual yang menjual gelang seharga Rp. 4.000,00 tersebut. Sesudah mendapatkan *market* yang luas dan banyak, harga akan dikembalikan ke harga normal.

TikTok *Shop* sering melakukan subsidi harga dengan tujuan agar para pengguna baru bisa memiliki kecenderungan berbelanja di platform tersebut daripada *platform* pesaing. Contoh dari subsidi yang diberikan TikTok *Shop* yaitu memberikan *voucher* belanja kepada para pengguna baru dan juga sering memberikan potongan harga atau diskon kepada *seller* pilihan favorit TikTok *Shop*. Subsidi oleh TikTok terhadap *seller-seller* yang notabene artis ini sering kali lebih banyak dibandingkan *seller-seller* lain yang membuat ketimpangan yang menyebabkan sebagian masyarakat marah.

TikTok dapat mengeluarkan subsidi yang besar-besaran terhadap TikTok *Shop* di Indonesia, karena TikTok *Shop* merupakan anak dari perusahaan teknologi Tiongkok, *ByteDance*. Pada tahun 2022, pendapatan dari perusahaan teknologi *ByteDance* mencapai US\$ 85,2 miliar (1.278 triliun) dengan laba operasional mencapai US\$ 20 miliar (RP 300 triliun). Dari pendapatan yang didapatkan induk perusahaan TikTok *Shop*, tidak heran jika TikTok *Shop* memberikan banyak subsidi kepada *seller* dan penggunanya agar *platform* TikTok *Shop* mampu menyingkirkan platform pesaing.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



TikTok *Shop* dapat menjual harga lebih murah dibandingkan dengan harga pasaran disebabkan oleh banyaknya produk yang dijual di TikTok *Shop* adalah barang impor dari China. Biaya produksi dan tingkat efisiensi produksi di China sangat rendah dibandingkan dengan Indonesia, maka dari itu sudah dapat kita ketahui bahwa harga produk China akan sangat murah jika dibandingkan dengan produk Indonesia. China juga memberikan subsidi yang besar kepada produk-produk ekspor, untuk mempertahankan pasar, bahkan menambah pasar. Subsidi tersebut melahirkan praktik harga *predatory pricing* di negara tujuan produk tersebut, karena menjadi sangat murah.

TikTok adalah platform yang menggabungkan antara media sosial dan *e-commerce*, di mana ini membuat persaingan yang tidak sehat, karena TikTok memegang algoritma sehingga data produk apa yang bakal ramai atau viral, maka produk tersebut dapat dinaikkan yang menyebabkan *seller-seller* lain yang menengah tidak dapat bersaing dengan mudah.

Tidak hanya mengenai harga yang tidak masuk akal di TikTok *Shop*. Terdapat beberapa kasus yang beberapa *seller* Indonesia atau produsen Indonesia mengalami *shadow ban*. Jadi ada satu produsen lokal yang termasuk salah satu *top seller* di TikTok *Shop* mengaku sempat dihubungi oleh pihak *platform* TikTok dari luar negeri mengenai apa yang mereka jual, beberapa bulan setelah dihubungi jumlah penjualannya langsung menurun drastis dan ia percaya, bahwa ia mengalami *shadow ban*, di mana calon pembeli tidak dapat melihat produknya dan keputusan dilakukan secara sepihak. Hal aneh yang kembali dilihat oleh produsen lokal yang mengalami *shadow ban* tersebut adalah ada toko lain muncul yang menjual barang serupa tetapi dengan harga yang jauh lebih murah.

Akhir-akhir ini banyak sekali produk kecantikan yang terkenal di TikTok yang merupakan produk China yaitu Skintific dan The Originote. Salah satu produk Skintific ini awalnya dikatakan bukan produk China. Selama ini, Skintific diperkenalkan sebagai *brand skincare* asal Kanada merek Skintific





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



disebut-sebut sebagai singkatan dari *Skin* dan *Scientific* yang dibuat oleh Kristen Tveit dan Ann-Kristin Stokke. Meski baru ramai di Indonesia akhir 2021, *brand* ini pertama kali dipasarkan sejak 1957 di Oslo, Norwegia, tetapi saat dicek di BPOM RI, produk Skintific ternyata dibuat industri kosmetik China dengan nama produsennya Guandong Essence Daily Chemical Co. Ltd. Di Indonesia, produk ini diimpor oleh PT May Sun Yuan di Jakarta Barat.

Hal ini berarti harga yang tidak normal karena adanya *predatory pricing* yang menjual dengan harga rugi menyebabkan persaingan yang amat besar bagi pesaing-pesaing bisnis di bidang perdagangan. Mereka sering memiliki keterbatasan sumber daya dan mengandalkan penjualan produk lokal untuk bertahan. TikTok *Shop*, dengan sumber daya finansial yang besar dan jangkauan globalnya, dapat menawarkan produk dengan harga yang jauh lebih rendah dibandingkan UMKM lokal.¹⁹ Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya UMKM *offline* yang tutup akibat masyarakat lebih memilih barang dengan harga yang lebih murah dan berbelanja via *online*. UMKM tersebut tidak bisa menyaingi harga yang ada di TikTok *Shop*, sehingga menyebabkan kurang bisa mengungguli harga yang ada di TikTok *Shop*. Namun kenyataannya, tidak hanya UMKM *offline* yang berdampak, UMKM yang telah berjualan di TikTok *Shop* juga mendapatkan persaingan yang ketat. Sebab tidak semua barang yang dipasarkan di TikTok *Shop* adalah barang asli Indonesia, ada juga barang yang diimpor langsung dari luar. Sehingga dari hal tersebut akan membuat UMKM lokal yang telah berjualan di Tiktok kalah saing dengan barang-barang impor luar.

Namun jika kita melihat perspektif lainnya, pemblokiran TikTok *Shop* juga menghambat adanya perkembangan UMKM. Sebab dengan adanya pemblokiran ini akan mengurangi jangkauan UMKM. Direktur *Indonesia Development and Islamic Studies* (IDEAS) Yusuf Wibisono mengatakan meski

¹⁹ Rachma Rizqina Mardhotillah, "Belajar dari Kasus TikTok *Shop*: Perkembangan dan Ancaman bagi UMKM lokal, URL: <https://unusa.ac.id/2023/10/10/belajar-dari-kasus-tiktok-shop-perkembangan-dan-ancaman-bagi-umkm-lokal/> (diakses pada 8 Oktober 2023 pukul 13.55)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



larangan tersebut bertujuan untuk melindungi UMKM, namun akan berpotensi tidak efektif karena melawan arus perkembangan teknologi. Menurutnya, perkembangan teknologi tidak bisa dilawan sehingga yang harus dilakukan adalah regulasinya. Regulasi yang diterapkan untuk *social commerce* maupun *e-commerce* bisa berupa memastikan kepatuhan pajak, pembatasan produk impor, kewajiban sertifikasi halal, dan lain-lain.²⁰ Pada dasarnya dengan adanya penjualan via *online* akan menambah jangkauan pasar yang ada karena mudahnya pengiriman informasi di dalam media *online*. Selain itu juga akan menghambat adanya pertumbuhan UMKM. Sebab dengan adanya media *online*, semua produk yang kita pasarkan akan dapat terlihat di masyarakat luas, sehingga mudah untuk dapat memperkenalkan produk yang kita pasarkan.

Dari adanya persaingan harga yang tidak masuk akal di TikTok Shop yang diduga melakukan skema *predatory pricing*, memberikan sebuah keuntungan bagi para artis yang berjualan di TikTok. Di mana kita tahu bahwa para artis memiliki jumlah pengikut yang begitu besar di dalam aplikasi TikTok, sehingga saat ia melakukan *live* di dalam aplikasi tersebut banyak orang yang akan menonton, dimana disebabkan oleh kegemarannya terhadap para artis tersebut. Dengan jumlah penonton *live* yang banyak di dalam akun para artis menyebabkan banyak perusahaan besar yang memproduksi barang ataupun platform dari Tiktok memberikan subsidi kepada para artis tersebut sehingga produk yang mereka jual bisa jauh lebih murah daripada harga di pasaran. Adanya produk dengan harga dibawah pasaran yang dijual oleh para artis membuat para *customer* akan beralih untuk berbelanja di dalam toko milik para artis tersebut yang menyebabkan susah nya UMKM lokal yang juga berjualan di TikTok bersaing dengan mereka.

²⁰ Tim CNN, "Menanti Efektivitas Larangan Tiktok Shop dalam Lindungi UMKM", URL: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230926065651-92-1003687/menanti-efektivitas-larangan-tiktok-shop-dalam-lindungi-umkm>. (diakses pada 10 Oktober 2023 pukul 12.45)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Perbandingan harga di TikTok *Shop* dengan di *platform e-commerce* yang beroperasi di Indonesia seperti Tokopedia sangat jauh berbeda, harga yang dijual di TikTok *Shop* jauh lebih murah, walaupun produk yang mereka jual sama, hal tersebut disebabkan oleh adanya potongan harga atau *voucher* yang diberikan oleh pihak *platform* TikTok sehingga barang dari TikTok bisa lebih murah.²¹

Hal yang membuat harga di Tiktok *Shop* jauh lebih murah dibandingkan harga di pasaran tidak hanya karena pemberian subsidi kepada para artis, faktor keduanya adalah adanya produk impor yang banyak dijual di TikTok *Shop* dengan nama pedagang lokal padahal yang berjualan adalah orang dari luar negeri serta produk impor yang dijual tidak melalui mekanisme impor yang sebenarnya. Oleh sebab itu, para *affiliate* yang mempromosikan barang di TikTok *Shop* akan memiliki penghasilan yang lebih dibandingkan *affiliate e-commerce* lain karena perbandingan harga di TikTok *Shop* yang jauh lebih murah, karena TikTok *Shop* dikuasai oleh produk impor yang menyebabkan barang yang dipromosikan oleh *affiliate* TikTok banyak terjual tetapi kebanyakan merupakan produk impor. Dari kedua faktor ini menyebabkan penjualan di Tiktok *Shop* mengalami perkembangan yang pesat dan mampu mengalahkan penjualan dari *platform-platform* pesaing dalam waktu yang cukup singkat

Dari adanya persaingan harga yang tidak masuk akal yang salah satunya disebabkan oleh adanya produk impor yang banyak dijual di Indonesia yang bahkan ada yang mengklaim produk impor tersebut adalah produk lokal yang menyebabkan adanya dugaan bisnis lintas batas (*cross border*) di Indonesia. Jika hal itu tidak ditanggulangi, maka menyebabkan pasar di Indonesia dikuasai oleh produk impor sehingga UMKM di Indonesia tidak bisa bersaing dan harus gulung tikar atau menutup usahanya. Hal tersebut akan berdampak pada banyaknya pengangguran yang akan ada di Indonesia, sebab UMKM di

²¹ Alifia, "Membandingkan Harga di TikTok *Shop* dan *E-commerce*, Mana Yang Lebih Murah?" URL:
<https://www.dream.co.id/dinar/membandingkan-harga-produk-di-tiktok-shop-dan-e-commerce-mana-lebih-murah-28639-mvk.html>





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Indonesia mampu menyerap 97% angkatan kerja dan akan menyebabkan terjadinya resesi.

Dalam melindungi UMKM yang terdampak penjualan produk-produk luar negeri di *social commerce* dengan harga sangat murah pemerintah menerbitkan peraturan hukum yang mengatur mengenai hal ini, yaitu pada Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.²²

Peraturan ini adalah revisi dari Permendag Nomor 50 tahun 2020. Isi atau poin dari Permendag Nomor 31 tahun 2023 adalah, yang pertama pemerintah menegaskan media sosial (medsos) hanya bisa untuk promosi. Apabila ada aplikasi medsos yang ingin berjualan harus membuat aplikasi *e-commerce* terpisah sesuai ketentuan. Hal ini agar data dari aplikasi medsos tidak disalahkan untuk kepentingan pihak tertentu. Artinya, layanan TikTok Shop tidak bisa beroperasi selama pengelola tidak memiliki entitas *e-commerce* terpisah. Kedua, *platform* digital dilarang sebagai produsen. Ketiga, pemerintah menetapkan harga minimum sebesar US\$100 per unit untuk barang asal luar negeri yang langsung dijual oleh pedagang ke Indonesia melalui platform *e-commerce* lintas negara (*cross border*). Sedangkan, pedagang dalam negeri yang menjual barang impor tidak dikenakan batasan tersebut. Keempat, terkait penjualan barang dari luar negeri, aturan terbaru mengatur daftar barang yang mendapatkan izin untuk diperjualbelikan. Kelima, perdagangan barang-barang tersebut juga akan diperlakukan sama dengan perdagangan luring dalam negeri. Misalnya, untuk makanan, harus mengantongi sertifikat halal. Lalu, perangkat dan elektronik harus memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI).

Permendag Nomor 31 Tahun 2023 merupakan peraturan yang belum tentu efektif bagi industri UMKM di Indonesia, yaitu pada poin pembatasan jual

²² Setpres, "Mampukah Permerdag No 31 2023 Menyelamatkan UMKM?" URL: <https://fokus.kontan.co.id/news/mampukah-permendag-nomor-312023-menyelamatkan-umkm>, (diakses pada 16 Oktober 2023, pukul 14.51)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



barang impor atau *cross border* yang justru akan berdampak negatif bagi industri UMKM dalam negeri karena serangan importasi ilegal. Bukan hanya UMKM, pihak jasa logistik juga akan sangat dirugikan. Kerugian bisa mencapai Rp 60 juta-Rp 100 miliar jika kebijakan ini diterapkan. Pada muaranya, kebijakan ini akan menimbulkan *multiplier effect* atau efek berganda seperti PHK massal bagi orang yang bekerja di sektor logistik.

2.2.3 Dugaan Politik *Dumping* dan Ancaman Kedaulatan Negara.

2.2.3.1 Sejarah Politik *Dumping*.

Politik *dumping* merupakan sebuah kebijakan tentang barang yang diekspor dan dijual pada luar negeri dengan harga lebih murah guna menguasai pasar negara tersebut. Menurut banyak negara, kebijakan *dumping* ini dianggap sebagai bentuk diskriminasi harga karena kegiatan *dumping* ini akan melibatkan volume ekspor produk secara besar-besaran yang nantinya dapat mematikan produsen lokal akibat dari harga yang jauh lebih murah di bawah harga normal.

Dilihat dari sejarahnya, politik *dumping* dikenal pada abad ke-18 yang pada saat itu terjadi perang dagang antar negara-negara industri. Menurut penyebarannya praktik *dumping* terus berkembang seiring dengan pertumbuhan perdagangan internasional. Banyak negara seperti Jepang, Singapura, dan China yang menggunakan politik *dumping* sebagai alat untuk mengurangi stok produk mereka yang ada di gudang dan mendapatkan keuntungan. Politik *dumping* pertama kali diakui sebagai masalah perdagangan internasional pada abad ke-19 sehingga banyak negara-negara yang membuat aturan-aturan anti *dumping*. Awalnya pengaturan mengenai anti *dumping* berkembang di negara Anglo Saxon seperti Amerika Serikat, Kanada, dan Australia. Tercatat bahwa Amerika Serikat merupakan negara yang paling sering menggunakan tindakan anti-*dumping* untuk melindungi kepentingan industri dalam negerinya.

2.2.3.2 Dugaan TikTok sebagai Politik *Dumping*.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Saat ini TikTok *Shop* sedang ramai diperbincangkan di kalangan masyarakat sejak beberapa bulan terakhir karena perkembangannya di Indonesia yang sangat pesat. Indonesia menduduki peringkat kedua sebagai negara pengguna TikTok terbanyak di dunia setelah Amerika Serikat. Dengan pengguna dan popularitas yang begitu banyak tak butuh waktu lama untuk TikTok *Shop* menjadi *platform* jual beli yang besar di Indonesia, ditambah dengan harga-harga yang dipatok di TikTok *Shop* relatif lebih murah jika dibandingkan dengan *e-commerce* lain dan juga tawaran-tawaran menarik lainnya seperti diskon dan *voucher* gratis ongkir Rp.0. Tiktok juga kerap kali memberikan diskon besar-besaran pada fitur Tiktok *Live*. Tentu saja hal-hal tersebut membuat masyarakat semakin tergiur untuk melakukan transaksi jual beli melalui *platform* ini. Fenomena ini membuat TikTok *Shop* dianggap sedang melakukan “Politik *Dumping*” yaitu dengan mengeksport produk-produk dari negaranya (China) dengan harga yang jauh lebih murah untuk menguasai pasar. Apabila benar hal ini dapat merugikan UMKM *offline* maupun *online*. Adapun bentuk-bentuk yang dapat dicurigai sebagai politik *dumping* dari TikTok *Shop* yaitu dengan tidak adanya pembayaran pajak barang ataupun biaya pajak yang kecil, dengan pemberian subsidi harga, dan pemberian subsidi komponen-komponen lainnya dari oknum produsen. Sebelumnya telah ditemukan produk *skincare* bermerk skintific yang selama ini dianggap sebagai *brand* lokal. Namun nyatanya skintific adalah brand yang berasal dari Kanada yang didirikan oleh Kristen Tveit dan Ann Kristin Stokke pada tahun 1957 di bawah naungan PT. May Sun Yvuan China. Skintific memiliki strategi pemasaran yang kuat di Indonesia yang dimulai sejak Agustus 2021, strategi pemasaran yang dilakukan skintific yaitu dengan mengiklankan produknya di *platform* lokal dan menggunakan bahasa Indonesia serta berkolaborasi dengan *influencer* lokal sehingga dalam kurun waktu 2 tahun skintific dapat menguasai pasar *skincare* di Indonesia hingga dianggap sebagai *brand* lokal. Oleh karena itu kita harus waspada dan cerdas dalam menanggapi isu dugaan TikTok sebagai politik *dumping*.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Politik *dumping* ini bertujuan untuk menguasai pasar dan menghancurkan produk lokal sehingga akan menguntungkan perekonomian China.²³ Hal ini membuat kesenjangan harga di antara aplikasi TikTok Shop dan pedagang lokal yang kemudian menjadi penyebab matinya produsen lokal atau UMKM dalam negeri. Jokowi dalam pidatonya di hadapan peserta program pendidikan Lemhamnas tahun 2023 di Istana Negara mengatakan bahwa secara tidak langsung masyarakat Indonesia telah dijajah secara ekonomi. Berdasarkan hal tersebut, politik *dumping* ini menjadi ancaman bagi kedaulatan perekonomian negara Indonesia.²⁴

China merupakan negara yang sering melakukan politik *dumping*.²⁵ Metode politik *dumping* yang saat ini dipakai China adalah metode *Persistent Dumping*, yakni menjual barang dengan harga yang lebih murah di luar negeri daripada di negara asalnya secara terus menerus dengan tujuan untuk menimbulkan diskriminasi harga dan berakhir menguasai pasar. Hal inilah yang dilakukan China melalui aplikasi TikTok Shop. Aplikasi ini melakukan penjualan barang dengan harga murah daripada UMKM lokal sehingga mengakibatkan aplikasi ini menjadi penguasa konsumen tanah air dan menguntungkan China sebagai produsen.

Tak hanya itu, China juga membuat suatu proyek untuk mendorong kesuksesan bisnisnya yang dikenal dengan nama Proyek S. Proyek yang dipimpin oleh Bob Kang selaku kepala *e-commerce* ByteDance ini berupaya untuk menyaingi raksasa fashion seperti Shein dan Temu. Proyek tersebut bekerja dengan cara memperoleh atau memproduksi sendiri barang dagangannya

²³ Rifki Eka Maulana, "Terungkap! Inilah Alasan Barang di TikTok Shop Lebih Murah Ketimbang E-Commerce Lain, Jadi Penyebab UMKM Sepi", URL:

<https://metro.aspirasiku.id/ragam/84210398560/terungkap-inilah-alasan-barang-di-tiktok-shop-lebih-murah-ketimbang-e-commerce-lain-jadi-penyebab-umkm-sepi?page=2>.

(diakses pada 13 Oktober 2023 pukul 20.56)

²⁴ Imanudin Affandi, "Anti-Dumping Policy as an Effort to Maintain Indonesia's Economic Sovereignty", Law and Justice Journal, Vol. 8 No. 1 (Juni, 2023), 46.

²⁵ Putri YumnaSalsabila, "Politik Dumping ala China", URL:

https://www.kompasiana.com/putriyumna2344/6423281fa196e35c616355a2/politik-dumping-ala-china?page=1&page_images=1. (diakses pada 18 Oktober 2023 pukul 12.15)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



setelah mengetahui data produk yang laris di suatu negara melalui algoritma TikTok *Shop*.

Project S sendiri telah terealisasi di Inggris. Para pengguna TikTok telah menemukan fitur belanja terbaru dalam aplikasi ini yang bernama “*Trendy Beat*”, yaitu bagian yang menawarkan produk-produk yang sedang populer seperti pembersih telinga atau pembersih bulu hewan di pakaian.²⁶ Semua barang yang diiklankan dalam fitur ini diberitakan akan dikirimkan langsung dari China dan dijual melalui anak perusahaan ByteDance yang terdaftar di Singapura.

Proyek tersebut akan menjadi ancaman jika sampai diterapkan di Indonesia. Tak hanya mengancam UMKM, proyek ini juga dapat mengakibatkan pencurian ide melalui *white labelling*, yaitu suatu produk dibuat oleh satu perusahaan tetapi dijual oleh perusahaan lain. Hal ini berpotensi terjadi disebabkan karena tidak adanya aturan yang jelas mengenai *white labelling* dalam aplikasi berupa *social commerce*. Pengaturan ini seharusnya akan dituangkan dalam Permendag Nomor 50/2020 tetapi sampai saat ini belum juga terealisasi. Selain itu, proyek ini juga menjadi ancaman akan terjadinya penyalahgunaan data pribadi. Aplikasi ini diprasangkai mampu menangkap informasi pribadi yang kemudian dijadikan algoritma untuk memunculkan iklan yang sesuai dengan pencarian pengguna.

Tak hanya di Indonesia, negara-negara lain pun mengalami hal serupa. Banyak negara yang juga resah sampai melarang aplikasi TikTok secara keseluruhan bukan hanya pada fitur TikTok *Shop*. Berikut negara-negara yang telah melarang penggunaan aplikasi TikTok:

1. Inggris

²⁶ Cristina Criddle and Qianer Liu, “TikTok prepares ‘Project S’ plan to break into online shopping”, URL: <https://www.ft.com/content/d1163c7e-ae25-473c-abef-f3afccd1a5b5>.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Inggris melarang penggunaan TikTok di perangkat resmi pemerintah pada 16 Maret 2023 sebagai bentuk pencegahan penggunaan data negara tersebut. Hal ini dilakukan berdasarkan laporan dari Pusat Keamanan Siber Nasional Inggris yang menemukan peluang suatu aplikasi menggunakan data pemerintah.²⁷

2. Eropa

Eropa juga memberlakukan hal yang sama, yakni melarang stafnya menggunakan TikTok sejak tanggal 20 Maret 2023. Hal ini bertujuan untuk melindungi komisi dari ancaman siber. Bahkan menurut *e-mail* yang dilihat oleh *The New York Times*, mereka diberikan tenggat waktu sampai tanggal 15 maret untuk menghapus TikTok dari perangkat mereka. Akan tetapi, komisi tersebut juga menyatakan bahwa peraturan tersebut tidak bersifat permanen melainkan akan ditinjau kembali di waktu yang akan datang.

3. Selandia Baru

Parlemen Selandia Baru sendiri berencana untuk melarang penggunaan aplikasi tersebut di seluruh perangkat parlemen. Rafael Gonzalez-Montero, Kepala Eksekutif Layanan Parlemen, mengungkapkan melalui *e-mail* kepada Reuters bahwa keputusan tersebut dibuat setelah berdiskusi dengan ahli keamanan siber serta dengan pemerintah dan negara-negara lain.²⁸

4. Belgia

²⁷ Monika Pronczuk, "Pejabat Uni Eropa Melarang TikTok dari Ponsel Karyawan", URL: <https://www.nytimes.com/2023/02/23/business/european-union-tik-tok.html>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 10.52)

²⁸ Lucy Craymer, "New Zealand to band TikTok on devices linked to parliament, cites security concerns", URL: <https://www.reuters.com/technology/new-zealand-ban-tiktok-devices-linked-parliament-2023-03-17/>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 11.14)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Pemerintah Belgia telah memutuskan untuk melarang penggunaan TikTok di telepon pemerintah karena adanya keprihatinan terkait dengan keamanan siber, privasi, dan disinformasi. Menurut postingan di situs Alexander de Croo, larangan Belgia dilandaskan pada peringatan dari Dinas Keamanan Negara dan Pusat Keamanan Siber yang mengatakan bahwa aplikasi tersebut dapat mengambil data pengguna dan mengubah algoritma untuk memanipulasi umpan berita dan kontennya. Tak hanya itu, mereka juga memberikan peringatan bahwa TikTok bisa saja dipaksa untuk melakukan kegiatan mata-mata demi kepentingan China.²⁹

5. Denmark

Kementerian Pertahanan Denmark yang merupakan anggota NATO melarang karyawannya memiliki aplikasi TikTok di ponsel kantor mereka sebagai salah satu bentuk keamanan siber. Dalam sebuah pernyataan, kementerian tersebut mengatakan bahwa Pusat Keamanan Siber di negara Skandinavia menilai ada adanya celah spionase dalam aplikasi tersebut.³⁰

6. Amerika Serikat

Polemik aplikasi TikTok di Amerika sendiri bukanlah hal yang baru melainkan tudingan dan ancaman terhadap aplikasi tersebut sudah ada sejak tahun 2017.³¹ Ada alasan di balik hal ini, yaitu lantaran

²⁹ Editor AP News, "Belgium bans TikTok from government phones after US, EU", URL: <https://apnews.com/article/tiktok-belgium-china-cybersecurity-b976fe2a56c58996e84c1040ddd7f1ad>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 11.25)

³⁰ Editor AP News, "Danish defense ministry bans TikTok on employee work phones", URL: <https://apnews.com/article/denmark-tiktok-ban-defense-ministry-c3f434fa46401ea93329e1f5cb132432>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 11.47)

³¹ Wison Paidi, "Amerika Serikat Blokir TikTok, Ini Negara Pertama yang Memberlakukan Larangan Dituding Curi Data?", URL: <https://betv.disway.id/read/18251/amerika-serikat-blokir-tiktok-ini-negara-pertama-yang-memberlakukan-larangan-dituding-curi-data>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 12.27)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



ByteDance dianggap mengumpulkan data pengguna di Amerika Serikat kemudian dijadikan informasi oleh pemerintah China. Sebelumnya pada tahun 2020 Pemerintah Amerika Serikat telah melarang TikTok secara langsung hanya saja hal tersebut diblokir oleh pengadilan. Shou Zi Chew, CEO TikTok, telah berupaya meyakinkan anggota parlemen bahwa TikTok tidak mengalirkan data pengguna Amerika Serikat ke pemerintah Tiongkok serta dengan tegas menyatakan bahwa aplikasi TikTok dapat dianggap aman digunakan di Amerika Serikat. Namun, anggota parlemen tetap tidak menerima penjelasan ini. Sementara itu, Negara Bagian Montana telah resmi menjadi negara pertama di Amerika Serikat yang memblokir TikTok. Pada tanggal 17 Mei 2023, Gubernur Montana, Greg Gianforte menandatangani undang-undang yang melarang TikTok untuk beroperasi di negara bagian tersebut demi melindungi warganya dari dugaan pengawasan Tiongkok.³²

7. Kanada

Pemerintah Kanada telah memutuskan untuk melarang penggunaan aplikasi TikTok di seluruh perangkat yang dikeluarkan oleh pemerintah. Hasil ini didapatkan setelah Kepala Informasi Kanada melakukan peninjauan serta menurut juru bicara pemerintah dalam sebuah pernyataan, aplikasi tersebut membawa risiko yang tidak dapat ditoleransi terhadap privasi dan keamanan.³³

8. India

India memutuskan untuk memblokir 59 aplikasi buatan Perusahaan China termasuk TikTok, WeChat dan *game* Mobile Legends. Hal ini sebagai bentuk perlawanan baru atas memanasnya hubungan

³² Chris Sanders, "Why does the US want to ban TikTok?", URL: <https://www.reuters.com/technology/why-does-us-want-ban-tiktok-allegations-against-it-2023-05-18/>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 12.52)

³³ Mike Wendling, "Canada bans TikTok on government devices", URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-64792894>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 13.36)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



kedua negara di Perbatasan Himalaya. Kementerian Teknologi India mengeluarkan perintah yang menyatakan aplikasi buatan China itu merugikan kedaulatan dan integritas India, pertahanan India, keamanan negara dan ketertiban umum. Langkah tersebut dilakukan setelah terjadinya bentrokan perbatasan di daerah Himalaya yang disengketakan awal bulan ini telah mengakibatkan kematian 20 tentara India. Keputusan tersebut bisa menjadi batu sandungan terhadap perusahaan-perusahaan China yang telah menaruh dana besar di India sebagai salah satu ekonomi digital terbesar di dunia. Sentimen anti-China telah lama membara di India karena tuduhan impor murah membanjiri negara itu, tetapi bentrokan perbatasan telah membawa perselisihan ini ke permukaan dengan seruan memboikot produk-produk China.

9. Taiwan

Taiwan menerapkan larangan penggunaan TikTok di sektor publik setelah FBI mengeluarkan peringatan bahwa aplikasi tersebut membawa risiko terhadap keamanan nasional.³⁴

10. Pakistan

Pakistan telah memblokir TikTok sebanyak 2 kali. Hal ini dilakukan karena mereka menganggap bahwa aplikasi tersebut menyajikan konten yang tidak bermoral dan bertentangan dengan norma yang telah ditetapkan.³⁵

11. Afghanistan

³⁴ Redacton Africanews, "Here are the countries that have bans on TikTok", URL:<https://www.africanews.com/2023/03/01/here-are-the-countries-that-have-bans-on-tiktok/>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 13.06)

³⁵ Sophia Saifi, "pakistan bans TikTok again", URL:<https://edition.cnn.com/2021/03/12/tech/tiktok-pakistan-ban-intl-hnk/index.html#:~:text=The%20platform%20was%20first%20blocked,in%20order%20over%20the%20summer.> (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 13.19)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Afghanistan memberikan larangan penggunaan aplikasi TikTok dan PUBG di negaranya untuk mencegah penyesatan akan generasi muda. Aplikasi ini diduga membuat ketagihan dan mendorong kekerasan dan pelecehan di kalangan muda sehingga sangat disarankan untuk dilarang penggunaannya.³⁶

Pada dasarnya, sebagian besar dari negara-negara tersebut mengeluarkan larangan penggunaan TikTok sebagai salah satu upaya untuk menjaga keamanan data negaranya. Indonesia sendiri telah mengeluarkan larangan penggunaan TikTok Shop melalui revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 yang menyatakan bahwa pemerintah hanya memberikan izin media sosial untuk memfasilitasi promosi bukan untuk transaksi.³⁷ Lebih tepatnya, sosial media dan *e-commerce* harus dipisah. Hal ini juga sebagai bentuk pencegahan penyalahgunaan data pribadi untuk kepentingan bisnis.

Kementerian Perdagangan juga telah menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui sistem elektronik ini. Peraturan ini merupakan penyempurnaan terhadap Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 serta bertujuan untuk membentuk lingkungan *e-commerce* yang sehat, adil, dan bermanfaat dengan memperhatikan perkembangan teknologi yang berubah-ubah seiring berjalannya waktu.³⁸ Peraturan tersebut merupakan salah satu bentuk upaya pemerintah dalam melindungi UMKM lokal dan produsen dalam negeri.

³⁶ Afghanistan sets out to ban TikTok, PUBG this year", URL: <https://www.arabnews.com/node/2166491/media>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 16.34)

³⁷ Humas, "Pemerintah Revisi Permendag 50/2020, Medsos Hanya Fasilitas Promosi Bukan Transaksi", URL: <https://setkab.go.id/pemerintah-revisi-permendag-50-2020-medsos-hanya-fasilitas-promosi-bukan-transaksi/>. (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 17.07)

³⁸ Ignatia Maria Sri Sayekti, "Kemendag Terbitkan Permendag No. 31 Tahun 2023 guna Bangun Perdagangan Digital Sehat", URL: <https://pressrelease.kontan.co.id/news/kemendag-terbitkan-permendag-no-31-tahun-2023-guna-bangun-perdagangan-digital-sehat> (diakses pada 20 Oktober 2023 pukul 20.12)





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Usaha yang telah dilakukan oleh pemerintah Indonesia perlu diteliti lebih dalam terutama mengenai permasalahan praktik perdagangan tidak sehat yang menuai kontra di mana pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 sebagai tanggapan atas polemik *Social Commerce*.

Berdasarkan pasal 21 ayat (1), dijelaskan bahwa pelaku usaha wajib memenuhi ketentuan perundang-undangan berupa perizinan berusaha, pemenuhan standar barang atau jasa, persyaratan teknis, distribusi barang, dan perpajakan. Hal ini dilanjut dengan pasal 21 ayat (2) dan (3) yang menyinggung *marketplace* atau *social commerce* sebagai Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) dilarang bertindak sebagai produsen dan memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya.

Bila dilihat dari segi pasal di atas, tentunya pemerintah sudah memiliki *awareness* terhadap permasalahan mengenai praktik perdagangan tidak sehat dengan mengeluarkan Permendag Nomor 31 Tahun 2023. Kesimpulannya, regulasi ini berhasil menindak tegas agresivitas para *social commerce* (termasuk TikTok Shop) untuk berhenti memfasilitasi aktivitas jual beli di aplikasinya.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Penyebaran aplikasi yang begitu cepat, ditambah fitur-fitur yang dapat membantu kegiatan manusia, tidak heran jika TikTok menduduki aplikasi media sosial dengan *user* terbanyak di dunia. Indonesia turut andil dalam bagian tersebut di mana terdapat 113 juta *user* yang telah terdaftar di TikTok. Hal tersebut dikarenakan fitur-fitur yang disuguhkan oleh TikTok seperti FYP dan adanya video pendek yang menyebabkan *user* tidak bosan untuk melihat konten di TikTok. Namun hal tersebut membuat suatu permasalahan di Indonesia karena adanya kepopuleran tersebut, TikTok menghadirkan kebijakan baru yang bernama TikTok *Shop*. Dalam artian TikTok tidak hanya menjadi media sosial, tetapi menjadi sosial *e-commerce*. Di mana adanya kebijakan tersebut diduga memengaruhi bagaimana sikap pembeli di Indonesia. Karena adanya media perbelanjaan yang murah dan memberikan promo-promo yang cukup menggiurkan, sehingga banyak pembeli yang beralih ke berbelanja online di TikTok *Shop*. Dengan adanya hal tersebut, mengakibatkan UMKM *offline* di Indonesia mengalami kemunduran dan bahkan mulai ditinggalkan. Hal tersebut yang sangat mengancam bagaimana UMKM di Indonesia, mengingat UMKM Indonesia menyerap sebesar 97% menyerap tenaga kerja.

TikTok *Shop* menjadi biang permasalahan karena adanya kejanggalan yang telah dilakukan oleh TikTok *Shop*. Di mana kejanggalan pertama yaitu TikTok *Shop* dapat menjual produk dengan harga yang cukup murah dibandingkan dengan UMKM lokal. Hal tersebut diduga TikTok *Shop* mensubsidi supaya pengguna baru dapat tertarik dengan produk-produk di TikTok *Shop*. Selain itu, ada kejanggalan dalam kegiatan pengiriman barang yang langsung tanpa melalui kegiatan importir dan adanya *shadow ban* yang membatasi konten di TikTok. Sehingga karena adanya dampak yang begitu besar, pemerintahan Indonesia memutuskan untuk memblokir TikTok *Shop* demi kelanjutan ekonomi yang ada di Indonesia.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Tak hanya itu, banyak juga menentang adanya pemblokiran TikTok *Shop* ini. Seperti akan mengancam adanya kemajuan teknologi di Indonesia. TikTok *Shop* menghambat para UMKM lokal yang dapat menjajarkan produknya melalui media sosial, sehingga menghambat memperkenalkan produk ke luar jangkauan. Selain itu juga pemblokiran ini dirasa kurang efektif, karena jika kurangnya pengawasan pasti permasalahan yang diakibatkan akan terulang lagi. Sehingga dari hal tersebut bukan adanya pemblokiran, namun diperlukan adanya suatu regulasi dari peraturan yang membahas tentang media *e-commerce* di Indonesia. Diperlukannya suatu peraturan terkhusus untuk mengatur TikTok, sehingga tidak adanya pelanggaran peraturan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, pemerintah sebagai penjaga stabilitas perekonomian negara sudah seharusnya menyusun kebijakan yang dapat menumbuhkan UMKM di Indonesia. Penutupan TikTok *Shop* kurang membantu dalam menumbuhkan UMKM jika tidak dibarengi dengan kebijakan yang lain yang dapat memberikan jalan keluar atau kebijakan lain yang menunjang kebijakan penutupan TikTok *Shop* tersebut. Penutupan TikTok *Shop* memang memberikan keuntungan bagi UMKM lokal karena mereka tidak harus bersaing dengan produk impor yang murah yang dapat membunuh produk lokal di TikTok *Shop*, tetapi pemerintah juga harus membantu mempromosikan produk-produk lokal agar produk lokal tidak kalah saing dengan produk impor. Di Indonesia sendiri banyak sekali artis-artis bahkan masyarakat yang bangga menggunakan produk dari luar. Pemerintah yang mempunyai peran menjaga stabilitas perekonomian negara harus dapat melihat situasi ini dan memberikan jalan keluar atas permasalahan tersebut.

Pemerintah harus memberikan edukasi terhadap masyarakat untuk bangga memakai produk lokal serta memberikan penjelasan mengapa kita harus memakai produk lokal melalui manfaat yang didapat jika kita sebagai masyarakat memiliki kecintaan dan kebanggaan kita dalam memakai produk lokal.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Kebijakan yang bisa dibuat pemerintah untuk menunjang dari kebijakan penutupan TikTok *Shop* agar dapat menumbuhkan perekonomian negara yaitu memberikan batasan kepada setiap masyarakat Indonesia dalam menggunakan produk impor. Pemerintah juga harus bekerja sama dengan para artis di mana kita tahu para artis sangat mampu memengaruhi masyarakat. Banyaknya orang atau masyarakat yang bangga menggunakan produk impor salah satunya disebabkan oleh para artis yang sering menunjukkan produk-produk impor yang dipakai, mulai dari *makeup*, baju, tas dan lain sebagainya. Kebijakan pembatasan produk impor ini bisa membuat perekonomian di Indonesia lebih baik karena kita bisa mengatur perputaran uang di negara Indonesia, sehingga tujuan negara untuk menyejahterakan masyarakat dapat dicapai.





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Ancok, D. (1995). *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Edisi ke-1. Yogyakarta:

Pustaka Pelajar

JURNAL

Munatsir, J. (2019). Pengaruh Pengalaman Berbelanja, Kepercayaan Konsumen

dan Promosi Terhadap Minat Beli (Studi pada Aplikasi Toko Online Shop

pada Masa Pandemi di Mataram). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*

Universitas Brawijaya, 10(1): 1-21

Tusanputri, A.V. dan Amron. (2021). Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir

Terhadap Keputusan Pembelian pada Platform E-Commerce TikTok Shop.

Jurnal Forum Ekonomi, 23(4): 632-639

Affandi, I. (2023). Anti-Dumping Policy as An Effort to Maintain Indonesia's

Economic Sovereignty. *Journal of Law and Justice*, 8(1): 45-56

Yanti, S.D dkk. (2023). Pengaruh Pengalaman Belanja Online dan Kepercayaan

Terhadap Minat Beli Ulang di TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi dan*

Manajemen Teknologi, 7(1): 47-61





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



SKRIPSI

Kembaren, N.C.B.S. (2023). Pengaruh Promosi Affiliate Marketing di TikTok Terhadap Keputusan Pembelian di Masyarakat Kecamatan Delitua. *Skripsi*.
Universitas Medan Area

INTERNET

TechforId. (2020). *The Rise of TikTok: Masa Keemasan TikTok Selama Masa Pandemi*. URL:

<https://www.techfor.id/the-rise-of-tiktok-masa-keemasan-tiktok-selama-masa-pandemi/>. Diakses pada 08 Oktober 2023

Anas, F. (2020, October 20). *Fenomena Konsumerisme Masyarakat Indonesia: Pendekatan Globalisasi*. URL:

<https://www.kompasiana.com/fahmianas/5f7f155d5522434d7a2e9ef2/fenomena-konsumerisme-masyarakat-indonesia-pendekatan-globalisasi?page=all#sectionall>. Diakses pada 11 Oktober 2023

Saifi, S. (2021, March 12). *Pakistan Bans TikTok Again*. URL:

<https://edition.cnn.com/2021/03/12/tech/tiktok-pakistan-ban-intl-hnk/index.html#:~:text=The%20platform%20was%20first%20blocked,in%20order%20over%20the%20summer>. Diakses pada 20 Oktober 2023





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Pronczuk, M. (2023, February 2023). *E.U Officials Ban TikTok from*

Employees' Phones. URL:

[https://www.nytimes.com/2023/02/23/business/european-union-tik-tok.ht](https://www.nytimes.com/2023/02/23/business/european-union-tik-tok.html)

[ml](https://www.nytimes.com/2023/02/23/business/european-union-tik-tok.html). Diakses pada 20 Oktober 2023

Wendling, M. (2023, February 28). *Canada Bans TikTok on Government*

Devices. URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-64792894>.

Diakses pada 20 Oktober 2023

AP News. (2023, March 6). *Danish Defense Ministry Bans TikTok on Employee*

Work Phones. URL:

[https://apnews.com/article/denmark-tiktok-ban-defense-ministry-c3f434fa](https://apnews.com/article/denmark-tiktok-ban-defense-ministry-c3f434fa46401ea93329e1f5cb132432)

[46401ea93329e1f5cb132432](https://apnews.com/article/denmark-tiktok-ban-defense-ministry-c3f434fa46401ea93329e1f5cb132432). Diakses pada 20 Oktober 2023

Redaction Africanews. (2023, March 6). *Here are the Countries that Have Bans*

on TikTok. URL:

[https://www.africanews.com/2023/03/01/here-are-the-countries-that-have-](https://www.africanews.com/2023/03/01/here-are-the-countries-that-have-bans-on-tiktok/)

[bans-on-tiktok/](https://www.africanews.com/2023/03/01/here-are-the-countries-that-have-bans-on-tiktok/). Diakses pada 20 Oktober 2023

AP News. (2023, March 11). *Belgium Bans TikTok from Government Phones*

After US, EU. URL:

[https://apnews.com/article/tiktok-belgium-china-cybersecurity-b976fe2a5](https://apnews.com/article/tiktok-belgium-china-cybersecurity-b976fe2a56c58996e84c1040ddd7f1ad)

[6c58996e84c1040ddd7f1ad](https://apnews.com/article/tiktok-belgium-china-cybersecurity-b976fe2a56c58996e84c1040ddd7f1ad). Diakses pada 20 Oktober 2023





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Craymer, L. (2023, March 18). *New Zealand to Ban TikTok on Devices Linked*

to Parliament, Cites Security Concerns. URL:

<https://www.reuters.com/technology/new-zealand-ban-tiktok-devices-linked-parliament-2023-03-17/>. Diakses pada 20 Oktober 2023

Salsabila, P.Y. (2023, March 29). *Politik Dumping ala China*. URL:

https://www.kompasiana.com/putriyumna2344/6423281fa196e35c616355a2/politik-dumping-ala-china?page=1&page_images=1. Diakses pada 18 Oktober 2023

Sanders, C. (2023, May 18). *Why Does the US Want to Ban TikTok? The*

Allegations Against It. URL:

<https://www.reuters.com/technology/why-does-us-want-ban-tiktok-allegations-against-it-2023-05-18/>. Diakses pada 20 Oktober 2023

Putri, A.M.H. (2023, June 16). *Luhut, Politik Kampung, & Fakta 113 Juta*

Pengguna TikTok RI. URL:

<https://www.cnbcindonesia.com/research/20230616121645-128-446550/luhut-politik-kampung-fakta-113-juta-pengguna-tiktok-ri>. Diakses pada 08 Oktober 2023

Paidi, W. (2023, June 18). *Amerika Serikat Blokir TikTok, Ini Negara Pertama*

yang Memberlakukan Larangan, Dituding Curi Data?. URL:

<https://betv.disway.id/read/18251/amerika-serikat-blokir-tiktok-ini-negara->





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



[pertama-yang-memberlakukan-larangan-dituding-curi-data](#). Diakses pada

20 Oktober 2023

Financial Times. (2023, June 21). *TikTok Prepares 'Project S' Plan to Break into*

Online Shopping. URL:

<https://www.ft.com/content/d1163c7e-ae25-473c-abef-f3afccd1a5b5>.

Annur, C.M. (2023, July 6). *Jumlah Pengguna TikTok Global Bertambah Lagi*

pada Kuartal I-2023. URL:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/jumlah-pengguna-t>

[iktok-global-bertambah-lagi-pada-kuartal-i-2023](#). Diakses pada 08

Oktober 2023

Saskia, C. dan Pertiwi, W.K. (2023, July 14). *Tidak Sama, Ini Beda TikTok*

Shop dan Project S, Bisnis TikTok yang Bisa Rugikan UMKM di

Indonesia. URL:

<https://tekno.kompas.com/read/2023/07/14/14300007/tidak-sama-ini-beda-ti>

[ktok-shop-dan-project-s-bisnis-tiktok-yang-bisa-rugikan?page=all#page2](#).

Diakses pada 09 Oktober 2023

CNN Indonesia. (2023, September 19). *Mengapa TikTok Shop Bisa UMKM*

Indonesia. URL:

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230919103145-92-1000791/m>

[engapa-tiktok-shop-bisa-membunuh-umkm-indonesia/1](#). Diakses pada 10





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Oktober 2023

Islami, M. (2022, September 20). *Afghanistan Sets Out to Ban TikTok, PUBG*

This Year. URL: <https://www.arabnews.com/node/2166491/media>. Diakses
pada 20 Oktober 2023

Humas Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2023, September 25).

*Pemerintah Revisi Permendag 50/2020, Medsos Hanya Fasilitasi Promosi
Bukan Transaksi*. URL:
[https://setkab.go.id/pemerintah-revisi-permendag-50-2020-medsos-hanya-
fasilitasi-promosi-bukan-transaksi/](https://setkab.go.id/pemerintah-revisi-permendag-50-2020-medsos-hanya-fasilitasi-promosi-bukan-transaksi/). Diakses pada 20 Oktober 2023

Nugraheny, D.E. dan Meiliana, D. (2023, September 25). *Soal TikTok Shop,*

*Pemerintah Resmi Larang “Social E-Commerce” Bertransaksi, Hanya
Boleh Promosi*. URL:
[https://nasional.kompas.com/read/2023/09/25/14540441/soal-tiktok-shop-
pemerintah-resmi-larang-social-e-commerce-bertransaksi#:~:text=Ilustrasi
%20TikTok%20Shop.%20%28SHUTTERSTOCK%29%20JAKARTA%2
C%20KOMPAS.com%20-%20Pemerintah.Joko%20Widodo%20di%20Ist
ana%20Kepresidenan%2C%20Jakarta%2C%20Senin%20%2825%2F9%2
F2023%29](https://nasional.kompas.com/read/2023/09/25/14540441/soal-tiktok-shop-pemerintah-resmi-larang-social-e-commerce-bertransaksi#:~:text=Ilustrasi%20TikTok%20Shop.%20%28SHUTTERSTOCK%29%20JAKARTA%2C%20KOMPAS.com%20-%20Pemerintah.Joko%20Widodo%20di%20Istana%20Kepresidenan%2C%20Jakarta%2C%20Senin%20%2825%2F9%2F2023%29). Diakses pada 10 Oktober 2023

Alifia, O.N. (2023, September 26). *Membandingkan Harga Produk di TikTok*

Shop dan E-Commerce, Mana Lebih Murah?. URL:





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



<https://www.dream.co.id/dinar/membandingkan-harga-produk-di-tiktok-shop-dan-e-commerce-mana-lebih-murah-28639-mvk.html>.

CNN Indonesia. (2023, September 26). *Menanti Efektivitas Larangan TikTok*

Shop dalam Lindungi UMKM. URL:

<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230926065651-92-1003687/menanti-efektivitas-larangan-tiktok-shop-dalam-lindungi-umkm>. Diakses

pada 10 Oktober 2023

Sayekti, I.M.S. (2023, September 28). *Kemendag Terbitkan Permendag No. 31*

Tahun 2023 guna Bangun Perdagangan Digital Sehat. URL:

<https://pressrelease.kontan.co.id/news/kemendag-terbitkan-permendag-no-31-tahun-2023-guna-bangun-perdagangan-digital-sehat>. Diakses pada 20

Oktober 2023

Bakri. (2023, September 29). *Menggali Jejak Perkembangan TikTok: Dari*

Musical.ly Hingga Fenomena Global. URL:

<https://bakri.uma.ac.id/menggali-jejak-perkembangan-tiktok-dari-musical-ly-hingga-fenomena-global/>. Diakses pada 08 Oktober 2023

Koran Sulindo. (2023, September 29). *Sejarah TikTok Shop Hingga Dilarang di*

Indonesia. URL:

<https://koransulindo.com/sejarah-tiktok-shop-hingga-dilarang-di-indonesia/#:~:text=Sejarahnya%2C%20TikTok%20Shop%20diluncurkan%20pada,1>





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



[ancar%2C%20menyenangkan%2C%20dan%20nyaman](#). Diakses pada 11

Oktober 2023

Ulfa, M. (2023, September 29). *TikTok Shop Ditutup, Potensi Ekonomi Social*

Commerce Bisa Meredup. URL:

<https://www.idxchannel.com/economics/tiktok-shop-ditutup-potensi-ekonomi-social-commerce-bisa-meredup>. Diakses pada 10 Oktober 2023

[omi-social-commerce-bisa-meredup](#). Diakses pada 10 Oktober 2023

Andi, D. dkk. (2023, October 2). *Mampukah Permendag No 31/2023*

Menyelamatkan UMKM?. URL:

<https://fokus.kontan.co.id/news/mampukah-permendag-nomor-312023-menyelamatkan-umkm>. Diakses pada 16 Oktober 2023

[nyelamatkan-umkm](#). Diakses pada 16 Oktober 2023

Iqbaal, M. (2023, October 2). *TikTok Revenue and Usage Statistics (2023)*.

URL: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/>. Diakses

pada 08 Oktober 2023

Maulana, R.E. (2023, October 5). *Terungkap! Inilah Alasan Barang di TikTok*

Shop Lebih Murah Ketimbang E-Commerce Lain, Jadi Penyebab UMKM

Sepi. URL:

<https://metro.aspirasiku.id/ragam/84210398560/terungkap-inilah-alasan-barang-di-tiktok-shop-lebih-murah-ketimbang-e-commerce-lain-jadi-penyebab-umkm-sepi?page=2>. Diakses pada 13 Oktober 2023

[rang-di-tiktok-shop-lebih-murah-ketimbang-e-commerce-lain-jadi-penyebab-umkm-sepi?page=2](#). Diakses pada 13 Oktober 2023

[ab-umkm-sepi?page=2](#). Diakses pada 13 Oktober 2023





BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA

Student Center UNUD, Jl. Dr. Goris No. 10 Denpasar
I Putu Bagus Padmanegara 081238373464/putubaguspadma
Alexander Andrew Tamin 087781180011/aandrewt



Yusuf, M.Y. (2023, October 5). *Kapan Uang Masuk di TikTok Shop? Berikut*

Cek Metode Pembayaran. URL:

[https://www.idxchannel.com/technology/kapan-uang-masuk-di-tiktok-shop-](https://www.idxchannel.com/technology/kapan-uang-masuk-di-tiktok-shop-berikut-cek-metode-pembayarannya)

[berikut-cek-metode-pembayarannya](https://www.idxchannel.com/technology/kapan-uang-masuk-di-tiktok-shop-berikut-cek-metode-pembayarannya). Diakses pada 10 Oktober 2023

Mardhotillah, R.R. (2023, October 10). *Belajar dari Kasus TikTok Shop:*

Perkembangan dan Ancaman Bagi UMKM Lokal. URL:

[https://unusa.ac.id/2023/10/10/belajar-dari-kasus-tiktok-shop-perkembang-](https://unusa.ac.id/2023/10/10/belajar-dari-kasus-tiktok-shop-perkembang-an-dan-ancaman-bagi-umkm-lokal/)

[an-dan-ancaman-bagi-umkm-lokal/](https://unusa.ac.id/2023/10/10/belajar-dari-kasus-tiktok-shop-perkembang-an-dan-ancaman-bagi-umkm-lokal/). Diakses pada 08 Oktober 2023

