**UTS MANAJEMEN STRATEGIS SEKTOR PUBLIK**

**ANALISIS ASPEK SOSIAL PADA STRATEGI PENGHAPUSAN TIKTOK SHOP OLEH PEMERINTAH**

**Disusun Oleh:**

**Ayu Nadila Nursabrina**

**2156041034**

**Reguler Mandiri**

**ABSTRAK**

Artikel ini membahas analisis mendalam tentang aspek sosial yang terkait dengan strategi penghapusan TikTok Shop oleh pemerintah. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, telah menjadi pusat perhatian dalam berbagai aspek masyarakat, baik yang positif maupun yang kontroversial. Penelitian ini memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana teknologi digital dan media sosial dapat membentuk budaya dan masyarakat kita saat ini, serta bagaimana kebijakan pemerintah berinteraksi dengan inovasi teknologi dalam dunia yang semakin terhubung dan tergantung pada media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak sosial dari kebijakan penghapusan TikTok Shop yang diambil oleh pemerintah. Hasil dari analisis ini memberikan wawasan yang lebih baik tentang dampak sosial dari penghapusan TikTok Shop oleh pemerintah. Implikasi ini relevan dalam konteks global, karena perdebatan seputar regulasi media sosial dan dampaknya terhadap masyarakat adalah isu yang sedang berlangsung di banyak negara.

Kata kunci: Aspek sosial, Penghapusan Tiktok Shop.

**A. Pendahuluan**

Penggunaan media sosial telah menjadi fenomena yang signifikan dalam perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital. Salah satu platform media sosial yang meraih popularitas besar adalah TikTok. TikTok, sebuah aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk berbagi kreasi konten mereka, telah mendunia dan memiliki pengikut yang sangat besar di seluruh dunia. Namun, seperti platform media sosial lainnya, TikTok juga memiliki dampak sosial yang kompleks dan kontroversial, terutama terkait dengan berbagai isu seperti keamanan data, dampak psikologis, dan dampak sosial lebih luas.

Di beberapa negara, pemerintah telah merespon permasalahan yang muncul sehubungan dengan TikTok dengan mengambil berbagai tindakan. Salah satu tindakan yang diambil oleh beberapa pemerintah adalah penghapusan TikTok Shop atau regulasi yang ketat terhadap platform tersebut. Langkah-langkah ini tidak hanya memiliki implikasi teknis, tetapi juga dampak sosial yang signifikan pada pengguna TikTok, terutama para pembuat konten dan pengguna aktif. Indonesia juga turut melakukan tindakan peghapusan TikTok Shop sehingga TikTok Shop resmi ditutup pada tanggal 4 Oktober 2023. Penghapusan tersebut adalah tindak lanjutan setelah adanya revii Permendag Nomor 50 Tahun 2020 telah rampung menjadi Undang-unng dalam Permendag Nomor 31 Tahun 2023 yang secara umum mengatur segi perizinan, periklanan, pembinaan,dan pengawasan pelaku usaha dalam perdagangan lewat sistem elektronik. Dengan begitu TikTok Shop yang dibuat oleh TikTok tandanya masuk ke kategori Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) atau dapat disebut platfrom yang menyediakan sarana komunikasi elektronik untuk transaksi perdagangan.

Penutupan TikTok Shop juga tidak dilakukan oleh Menteri Perdagangan tanpa alasan melainkan adanya penyebab-penyebab atau dampak negatif apabila TikTok Shop ini tetap ada tanpa mengikuti regulasi terbaru. Selain itu, pemerintah juga mendengarkan keluhan-keluhan dari para pedagang yang ada di pasar-pasar tradisional yang mengungkapkan bahwa tempat mereka berdagang kini telah sepi karena adanya E-commerce, salah satunya TikTok Shop. Setelah TikTok Shop ditutup pun terdapat keributan lain. Kali ini yang tidak terima adalah pedagang dari TikTok Shop yang mengaku mendapat kemudahan berjualan melalui adanya TikTok Shop. Dalam permasalahan ini terdapat aspek-aspek sosial dari strategi yang dilakukan oleh pemerintah. Untuk itu penelitian perlu dilakukan untuk menganalisis lebih dalam permasalahan terkait strategi penghapusan TikTok Shop yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia.

**Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, berikut merupakan rumusan masalahnya:

1. Apa aspek sosial dari strategi penghapusan Tiktok Shop yang diterapkan oleh pemerintah?
2. Bagaimana dampak penghapusan Tiktok Shop di Indonesia?

**Tujuan**

Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam tentang aspek sosial dari strategi penghapusan TikTok Shop yang diterapkan oleh pemerintah. Faktor-faktor sosial seperti dampak terhadap pekerjaan, kreativitas, dan kesejahteraan pengguna TikTok akan dianalisis. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi respons dari berbagai pihak terhadap tindakan pemerintah ini, termasuk bagaimana para pembuat konten, pengguna, dan masyarakat umum merespons perubahan signifikan ini.

**B. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendalami dan menganalisis aspek sosial yang terkait dengan strategi penghapusan TikTok Shop oleh pemerintah. Suyitno dalam Ratnaningtyas dkk (2022) mengungkapkan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti fenomena-fenomna sosial dan budaya yang berkaitan dengan perilau manusia yang sulit diukur dengan angka. Pendekatan kualitatif akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman dan pandangan individu terhadap tindakan pemerintah, serta dampak sosial yang mungkin terjadi. Untuk mendapatkan pembahasan, dilakukan analisis dokumen dengan menggunakan dokumen resmi dan laporan berita akan dijelajahi untuk mengidentifikasi informasi dan data yang relevan. Data tersebut akan dianalisis untuk mendukung temuan dari analisis dan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang isu-isu yang terkait.

**C. Pembahasan**

**1. Definisi Manajemen Strategi**

Menurut Asep Suherman (2022) manajemen strategi adalah ketika seluruh karyawan suatu organisasi bekerja sama untuk menerapkan serangkaian keputusan dan tindakan penting yang diambil oleh manajemen tingkat tertinggi, organisasi dapat mencapai tujuannya.. Manajemen strategi membahas tentang gambaran besar yang mengidetifikasi tujuan, sumber daya manusia, dan sumber daya lain yang efektif digunakan dalam strategi untuk memenuhi kebutuhan organisasi. Sedangkan menurut David (2011) manajemen strategi merupakan seni dan pengetahuan dalam merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahapan, yakni perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Jadi dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasasr yang diaplikasikan oleh manajemen terttinggi dan seluruh anggota untuk mencapai tujuan. Manajemen strategi dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan dalam organisasi agar lebih terstruktur sehingga berjalan sesuai pada poros-poros yang telah ditentukan.

**2. Definisi Aspek Sosial Strategi**

Emile Durkheim mengungkapkan bahwa aspek sosial merupakan segala sesuatu yang terkait dengan interaksi dan hubungan antar-individu dalam masyarakat. Di dalam aspek sosial terdapat fakta sosial yang berarti sebagai cara-cara bertindak, berpikir, dan merasa yag berada di luar individu dan dilengkapi dengan suatu kekuatan yag memaksa dan dapat mengontrol individu. Ketika strategi dibuat oleh organisasi ataupun pemerintah, maka akan melibatkan berbagai aspek untuk mencapai tujuan strategi tersebut. Salah satu aspek yang dilihat adalah aspek sosial. Aspek sosial ini meliputi hubungan dengan banyak individu, dalam hal ini adalah masyarakat. Aspek sosial strategi juga berkaitan dengan elemen-elemen perencanaan dan implementasi strategi yang terkait dengn dampak, pengaruh, dan implikasi dari suatu strategi terhadap masyarakat, budaya, juga hubungan sosial. Dengan begitu strategi yang diusulkan atau yang dilaksasnakan dipertimbangkan sebagaimaa semestinya agar dapat mempengaruhi suatu individu ataupun kelompok serta masyarakat umum. Di dalam aspek sosial strategi ini juga terdapat dampak sosial yang meliputinya tentang bagaimana strategi dapat mempengaruhi kesejahteraan sosial, hubungan antara manusia dan masyarakat secara keseluruhan. Dampak sosialnya juga akan memengaruhi dampak pekerjaan, pendapatan, kesenjangan sosial, dan juga kondisi kesejahteraan hidup dari masyarakat.

**3. Aspek Sosial dari Strategi Penghapusan Tiktok Shop di Indonesia**

1. Aspek sosial Masyarakat

Masyarakat saat ini telah tergila-gila dengan adanya *e-commerce* yang membuat mereka dapat berbelanja dengan mudah sekaligus mendapat harga yang murah. Masyarakat secara tidak sadar telah membeli barang-barang dari *e-commerce*, terutama *social commerce* TikTok Shop yang kebanyakan barangnya juga berasal dari luar negeri. Diketahui juga bahwasanya barang-barang tersebut dijual dengan harga yang murah dibanding dengan dibeli melalui toko offline. Hal ini menyebabkan terjadinya pertarungan harga di pasar. Selain itu, menurut penelitian yang dilakukan oleh Mooduto Dkk (2023) masyarakat yang menggunakan TikTok Shop rata-rata melakukan *e-impulse buying* atau membeli produk yang sebetulnya tidak terpikirkan sebelumnya dan tidak mengabaikan konsekuensinya. Pemerintah melihat hal ini menjadi masalah yang akan menjadi masalah serius di kemudian hari sehingga harus dilakukan tindakan untuk mengatasi permasalahan ini.

1. Aspek sosial pedagang pasar

Seperti yang kita ketahui bahwasanya belum lama ini, pedagang-pedagang pasar serta UMKM mengeluh di media sosial karena adanya TikTok Shop dan *e-commerce* lain. Banyak sekali pedagang TikTok Shop yang melakukan kegiatan flexing atau memamerkan harta kekayaan yang didapatnya dari hasil berjualan di TikTok Shop. Hal ini berbanding terbalik dengan yang dialami oleh pedagang-pedagang pasar yang sedang mengalami kesulitan akibat penjualan mereka yang menurun karena sepi pembeli. Secara umum jual beli online mendapat pengaruh yang signifikan terhadap omset pedagang. Bahkan pengakuan pedagang tradisional bahwa omsetnya menurut setelah adanya penjualan online sehingga terjadi penurunan omset dari 20% hingga 50% (Bathni, Dkk., 2022). Ketika pedagang tradisional ikut berjualan melalui live TikTok Shop, mereka agak kesulitan untuk bersaing dengan artis dan *influencer* yang telah memiliki banyak audiens. Maka dari itu pemerintah mengatur strategi untuk menyelesaikan permasalahan pedagang dengan regulasi TikTok Shop.

1. Aspek sosial pedagang TikTok Shop

TikTok Shop baru-baru ini telah menguasai konsumen Indonesia. Berdasarkan data dari The Information, TikTok Shop telah mampu mendapatkan keuntungan yang besar di Indonesia dalam beberapa tahun ini. Telah terjadi transaksi sebesar USD 6 miliar pada tahun 2023 saja.

Media sosial TikTok dapat digunakan oleh pemilik toko TikTok untuk mempromosikan barangnya. Pemilik toko online tidak boleh mengabaikan penggunaan media sosial TikTok melalui influencer sebagai strategi menjual produknya karena platform tersebut saat ini menjadi salah satu nama paling terkenal di bidang pemasaran digital karena pangsa pasar yang besar bisa meningkat berkat platform ini. Semua kalangan dapat menjual barang-barangnya di TikTok Shop. Namun, banyak artis-artis yang juga berjualan menimbulkan permasalahan karena pedagang kecil merasa bahwa mereka mencari uang untuk makan, sedangkan artis-artis sudah dapat hidup dengan mewah. Di sisi lain, pedagang TikTok Shop juga ada yang terbantu dengan adanya TikTok Shop karena ia bisa berjualan dengan lebih mudah dan mendapat penonton dengan mudah ketimbang berjualan secara langsung atau *offline*.

**4. Dampak Penghapusan Tiktok Shop di Indonesia**

TikTok Shop telah resmi ditutup di Indonesia pada tanggal 4 Oktober 2023 karena tidak memiliki izin berdagang bagi *e-commerce*. Untuk dampak yang terjadi akibat penghapusan ini cukup kompleks. Terdapat dampak negatif dan juga dampak yang positif karena jika dilihat penghapusan TikTok Shop dapat dilihat sebagai upaya untuk mengurangi dampak negatif dari konsumsi yang berlebihan dan belanja impulsif, serta melindungi pengguna dari potensi risiko keuangan dan dampak psikologis belanja impulsive. Namun, keputusan ini juga dapat merugikan pengusaha kecil dan menengah yang mengandalkan TikTok Shop untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, dilain sisi TikTok Shop juga telah berhasil membantu banyak UMKM untuk meningkatkan visibiltas serta penjualan mereka sehingga penutupannya menjadi kontroversi bagi mereka yang kehilangan pasar dan daya beli. TikTok Shop juga mengancam industry *e-commerce* Indonesia karena strategi pemasaran yang diterapkan hampir sempurna dan menciptakan persaingan yang sangat kompleks.

Terdapat aspek yang perlu diperhatikan seperti dampak perlindungan terhadap pengguna serta kepentingan ekonomi. Dilansir dari Kompas.com diungkapkan oleh Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), yaitu Agus Suyatno jika terdapat efek penghapusan social e-commerce TikTok, konsumen menjadi tidak lagi mendapatkan keuntungan dari transaksi lewat aplikasi itu. Dari sudut pandang ekonomi, penghapusan TikTok Shop mengakibatkan kehilangan pekerjaan bagi para karyawan yang berjualan di sana, pengurangan pendapatan penjual TikTok Shop, serta efek pada rantai pasokan yang berpengaruh dari produsen, distributor, dan pemasok produk yang dijual di TikTok Shop. Penghapusan TikTok Shop dapat menciptakan konflik dan perbedaan pendapat di masyarakat. Berbagai kelompok masyarakat mungkin memiliki pandangan yang berbeda tentang kebijakan ini. Dampak yang besar terhadap kemajuan ekonomi pedagang pasar tradisional memang sejauh ini belum dapat terlihat karena dari beberapa berita yang beredar dewasa ini, pasar-pasar tradisional belum juga ramai dikunjungi pembeli.

**D. Kesimpulan**

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan diatas adalah bahwa ada banyak sekali aspek-aspek sosial yang menjadi alasan pemerintah untuk melakukan penghapusan TikTok Shop. Salah satunya adalah untuk ekosistem perdagangan di Indonesia. Sebab regulasi TikTok Shop yang juga tidak sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 yang telah melarang media sosial menjadi tempat transaksi. Algoritma TikTok yang juga menawarkan barang-barang dari luar negeri membuat produk Indonesia kurang laku di pasaran dan menyebabkan harga menjadi jatuh akibat bersaing. Perilaku-perilaku influencer yang berdagang di TikTok Shop dengan memamerkan hasil penjualannya yang fantastis juga menimbulkan kecemburuan sosial pada pedagang-pedagang tradisional maupun UMKM. Salah satu yang vokal untuk menyuarakan keluh kesahnya adalah pedagang pasar tanah abang. Pedagang di pasar tradisional mengeluhkan sepinya penjualan mereka akibat adanya e-commerce seperti TikTok Shop. Sehingga hal-hal tersebut menjadi aspek sosial yang dilihat oleh pemerintah untuk dijadikan strategi pembangunan ekonomi Indonesia, salah satunya dengan penghapusan TikTok Shop.

**DAFTAR PUSTAKA**

Bathni, I., Darmawan, D., Turkamun, T., & Junaedi, E. (2022). PENGARUH JUAL BELI ONLINE TERHADAP PASAR TRADISIONAL PEDAGANG PAKAIAN DAN TAS DI PASAR CIPUTAT. Jurnal Sekretari Universitas Pamulang, 9(1), 59. https://doi.org/10.32493/skr.v9i1.18709

David, F. R. (2011). Strategic Management. Boston: Prentice Hall.

Mooduto, Moh. F., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2023). PENGARUH HEDONIC SHOPPING VALUE TERHADAP E-IMPULSE BUYING PADA PELANGGAN TIKTOK SHOP DI KOTA GORONTALO. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, *2*(9), 3538–3547. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i9.1498>

Ratnaningtyas, E. M., Dkk. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.

Suherman, A. (2022). Manajemen Strategi. Solok: Penerbit Insan Cendekia Mandiri.