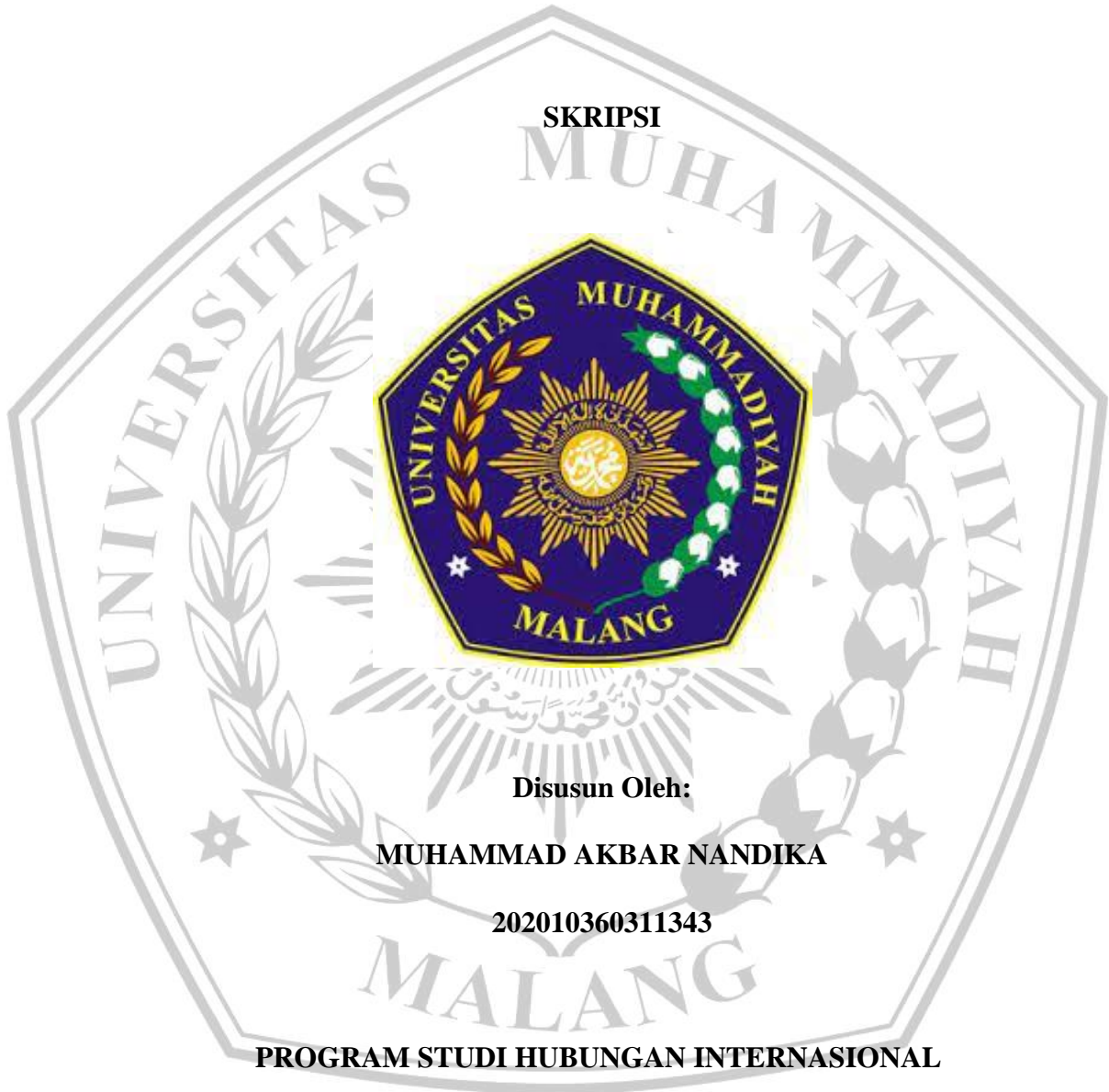


ALASAN INDONESIA MENGHENTIKAN OPERASIONAL

TIKTOK SHOP

*Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana Sosial (S.Sos) Strata-1*

SKRIPSI



Disusun Oleh:

MUHAMMAD AKBAR NANDIKA

202010360311343

PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

**ALASAN INDONESIA MENGHENTIKAN OPERASIONAL
TIKTOKSHOP**

Diajukan Oleh :

MUHAMMAD AKBAR NANDIKA
202010360311343

Telah disetujui
Rabu, 20 Januari 2025

Pembimbing



Ruli Inayah Ramadhuan, M.Si

Wakil Dekan J



Najas Sholahudin, Najirur Rijal, S.IP., M.hub.Int

Ketua Program Studi
Hubungan Internasional



Prof. Gonda Yumitro, M.A., Ph.D.

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MUHAMMAD AKBAR NANDIKA

202010360311343

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S-1) Hubungan Internasional
Rabu, 15 Januari 2025
Di hadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dedik Fitra Suhermanto, M.Hub.Int.
2. Azza Bimantara, M.A.
3. Ruli Inayah Ramadhoan, M.Si

(Dedik Fitra Suhermanto))
(Azza Bimantara))
(Ruli Inayah Ramadhoan))

Mengetahui,
Wakil Dekan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin, Hafidur Rijal, S.IP., M.hub.Int



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jurusan : Ilmu Kesejahteraan Sosial * Ilmu Pemerintahan * Ilmu Komunikasi * Sosiologi * Hubungan Internasional
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Telp. (0341) 460948, 464318-19 Fax. (0341) 460782 Malang 65144 Pes. 132

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Akbar Nandika
NIM : 202010360311343
Program Studi : Hubungan Internasional
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

Alasan Indonesia Menghentikan operasional Tiktok Shop

adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 9 Oktober 2024

Yang Menyatakan,



Muhammad Akbar Nandika

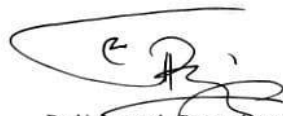
ABSTRAK

Muhammad Akbar Nandika, 2024, 202010360311343, Universitas Muhammadiyah Malang, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Hubungan Internasional, Alasan Indonesia Menghentikan Operasional TikTok Shop, Dosen Pembimbing: Ruli Inayah Ramadhoan, S. Sos, M. Si.

Penelitian ini mengkaji dampak globalisasi terhadap perkembangan e-commerce di Indonesia, dengan fokus khusus pada fenomena TikTok Shop dan kebijakan pemerintah terkait. Latar belakang penelitian mencakup pertumbuhan pesat e-commerce di era digital, yang dipercepat oleh kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, terutama selama pandemi COVID-19. Metode penelitian menggunakan analisis kualitatif terhadap data sekunder, termasuk kebijakan pemerintah, statistik pertumbuhan e-commerce, dan studi kasus TikTok Shop. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce telah membawa manfaat signifikan bagi perekonomian Indonesia, namun juga menimbulkan tantangan bagi UMKM lokal yang bersaing dengan produk impor murah. Penelitian ini menganalisis respons pemerintah terhadap perkembangan e-commerce, khususnya keputusan kontroversial untuk melarang fitur jual-beli di TikTok Shop. Kebijakan ini didasarkan pada upaya melindungi UMKM lokal dan menegakkan peraturan tentang pemisahan platform media sosial dan e-commerce. Penelitian ini menekankan pentingnya keseimbangan antara mendorong inovasi dalam e-commerce dan melindungi kepentingan ekonomi nasional. Penelitian ini memberikan wawasan tentang kompleksitas regulasi e-commerce di era globalisasi dan implikasinya terhadap kebijakan ekonomi Indonesia.

Kata Kunci: Globalisasi, Ekonomi Digital, Tiktok Shop, Kebijakan, UMKM,

Menyetujui,
Pembimbing,



Ruli Inayah Ramadhoan, S.Sos, M.Si

Malang, 04 Oktober 2024

Peneliti,



Muhammad Akbar Nandika

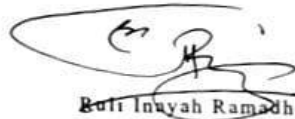
ABSTRACT

Muhammad Akbar Nandika, 2024, 202010360311343, University of Muhammadiyah Malang, Faculty of Social and Political Science, International Relation Study Program, Reasons Indonesia Stopped TikTok Shop Operations, Dosen Supervisor: Ruli Inayah Ramadhoan, S. Sos, M. Si.

This study examines the impact of globalization on the development of e-commerce in Indonesia, with a particular focus on the TikTok Shop phenomenon and related government policies. The background of the study includes the rapid growth of e-commerce in the digital era, accelerated by technological advances and changes in consumer behavior, especially during the COVID-19 pandemic. The research method uses qualitative analysis of secondary data, including government policies, e-commerce growth statistics, and a case study of TikTok Shop. The results show that e-commerce has brought significant benefits to the Indonesian economy, but has also posed challenges for local MSMEs competing with cheap imported products. This study analyzes the government's response to the development of e-commerce, especially the controversial decision to ban the buy-sell feature on TikTok Shop. This policy is based on efforts to protect local MSMEs and enforce regulations on the separation of social media platforms and e-commerce. The study emphasizes the importance of balancing between encouraging innovation in e-commerce and protecting national economic interests. This study provides insight into the complexity of e-commerce regulation in the era of globalization and its implications for Indonesian economic policy.

Keyword: Keywords: Globalization, Digital Economy, Tiktok Shop, Policy, MSMEs,

Approved,
Advisor,



Ruli Inayah Ramadhoan, S.Sos, M.Si

Malang, 04 October 2024

Researcher,



Muhammad Akbar Nandika

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan moral dan materi
2. Bapak Ruli Inayah Ramadhoan, S. Sos, M. Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing, mengarahkan, dan memotivasi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh dosen pengajar Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, namun tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Malang, 27 Oktober 2024

Muhammad Akbar Nandika



Lembar Persetujuan.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Surat Pernyataan Orisinalitas.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR SKEMA.....	xi
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
1.4. Penelitian Terdahulu.....	8
1.5. Teori Penelitian.....	23
1.5.1 Teori Neo-Merkantilisme.....	23
1.5.2 Teori Proteksionisme.....	27
1.6. Metode Penelitian.....	32
1.6.1. Jenis Penelitian.....	32
1.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.6.3. Teknik Analisis Data.....	33
1.6.4 Variabel Penelitian.....	34
1.6.5 Level Analisis.....	34
1.7. Hipotesa.....	36
1.8. Sistematika Penulisan.....	38
BAB II.....	40

PERKEMBANGAN E-COMMERCE DI INDONESIA.....	40
2.1. Perkembangan E-Commerce	40
2.1.1 Pertumbuhan Sektor E-Commerce di Indonesia.....	44
2.2. Pengaruh E-Commerce terhadap Perekonomian Indonesia	56
2.3 Kontribusi E-Commerce Terhadap Pendapatan Negara	58
2.4 Peran E-Commerce terhadap Sistem Perdagangan Indonesia.....	63
2.4.1 Regulasi E-Commerce di Indonesia	69
BAB III	73
TINDAKAN PENGHENTIAN OPERASIONAL TIKTOKSHOP.....	73
3.1 Perkembangan E-Commerce TikTok Shop.....	73
3.2 Perkembangan TikTok Shop dan Pengaruhnya terhadap Perekonomian di Indonesia	78
3.3 Pemberhentian Operasional TikTok Shop di Indonesia.....	86
BAB IV	97
Alasan Intervensi Pemerintah Indonesia Terhadap TikTok Shop	97
4.1 Latar Belakang Kebijakan	97
4.2 Perlindungan Data Konsumen.....	101
4.3 Alasan Campur Tangan Pemerintah.....	104
BAB V.....	112
PENUTUP.....	112
5.1 Kesimpulan.....	112
5.2 Saran.....	113

MALANG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Posisi Penelitian.....16



DAFTAR SKEMA

Skema 2.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari pada Tahun 2014-2024 (juta).....	49
Skema 2.2 Data Pengguna E-Commerce di Indonesia pada Tahun 2020-2024 (juta).....	53
Skema 2.3 10 Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi Global 2024 (%).....	55
Skema 2.4 10 Negara dengan Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Tertinggi Global 2024 (%).....	57
Skema 2.5 Data Nilai E-Commerce Indonesia Tahun 2021-2023 (Billion USD).....	59
Skema 2.6. Rincian dan Perkiraan Kontribusi Marketplace Terhadap GMV (Miliar USD).....	61
Skema 2.7 Pangsa Pasar E-Commerce dan Proyeksinya dari Total Pasar Ritel 2018-2028 (%).....	62
Skema 3.1 Data Aplikasi Sosial Media: Index Pengguna Aktif pada April 2024 (%).....	76
Skema 3.2 Data 10 Negara-Negara Pengguna TikTok Terbanyak Global pada April 2023 (Juta)eft.....	77
3.3 Data Sosial Media yang Paling Populer di Indonesia Januari 2024 (%).....	79

3.4 Data Pertumbuhan Pengguna Media Sosial Di Indonesia dari tahun 2020-2024
(Juta).....80

Skema 3.5 Waktu Penggunaan Aplikasi Media Sosial Per-Bulan di Indonesia
Januari 2024 (Jam).....81



DAFTAR SINGKATAN

EFT: Electronic Fund Transfer

EDI: Electronic Data Interchange

GDP: Gross Domestic Product

GMV: Gross Merchandise Value

GDPR: General Data Protection Regulation

PDB: Produk Domestik Bruto

PMSE: Perdagangan Melalui Sistem Elektronik



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

Adolf, Huala. (2009). *Hukum Perdagangan Internasional*. RajaGrafindo Persada.

Adolf, Huala. (2010). *Hukum Ekonomi Internasional*. Bandung: Keni Media.

Casco. (2009). *A Comprehensive Study Guide Geography*. Singapore: Casco Publication Pte. Ltd.

Curry, Jefferey Edmund. (2001). *Memahami Ekonomi Internasional*. Jakarta: World Trade Press. Hal. 130.

Hastuti, P., dkk. (2021). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.

Galindo, Miguel Angel, dkk. (2009). *Enterpreneuship and Business: A Regional Prespektive*. Berlin: Springer Berlin Heidelberg.

Kenneth C. Laudon & Traver, C. (2016). *E-Commerce 2016: Business, Technology, and Society*. Pearson Education.

Jackson, R., Sorensen, G. (2013) *Pengantar Studi Hubungan Internasional*, (New York: Pustaka Pelajar). hal. 285.

Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung, hal. 30.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. [Alfabeta, Bandung] hal. 68.

Suyanto, Muhammad. (2003). *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sood, Muhammad. (2011). *Hukum Perdagangan Internasional*. Jakarta: Rajawali Press.

Viotti, dkk. (1993). *International Relations Theory: Realism, Pluralism, Globalism*.

Edisi 2. Macmillan Publishing Company.

Sumber Internet: Artikel dan Jurnal Ilmiah

Administrator. (2021). *Bisnis E-Commerce Semakin Gurih, Portal Informasi*

Indonesia. diakses melalui <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/2534/bisnis-e-commerce-semakin-gurih>

Afrianty, T. W., Artatanaya, I. G., & Burgess, J. (2021). Working from home effectiveness during Covid-19: Evidence from university staff in Indonesia.

Asia Pacific Management Review. 26(2). 95-102.

Aragoncillo, Laura and Orus, Carlos. (2018). *Impulse Buying Behaviour: An Online-Offline Comparative and the Impact of Social Media*. *Spanish Journal Marketing - ESIC*, 22(1), Emerald Insight.

Asosiasi Pengusaha Kecil dan Menengah (APKOM). (2022). Dampak Penurunan UMKM pada Ekonomi Lokal.

Asosiasi Industri Tekstil Indonesia (ASITI). (2022). Analisis Dampak Serbuan Barang Murah Asing pada Industri Tekstil Nasional.

Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA). (2022). Survei Masyarakat tentang Keamanan Transaksi Online di Indonesia.

Ayu, Sandra, Lahmi A. (2020). *Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19*. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*. 9(2), 114-123.

Badan Siber dan Sandi Negara. (2023). "Keamanan Data Konsumen pada Platform E-Commerce Global." *Jurnal Keamanan Informasi*, Vol. 9, No. 1, 2023.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2023). "Laporan Pengaduan Konsumen E-Commerce 2022." BPKN, 2023.

Badan Pusat Statistik. (2020). *Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32 Persen*. diakses melalui <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>

Badan Pusat Statistik, 2023, Statistik eCommerce 2022/2023, diakses melalui <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/18/f3b02f2b6706e104ea9d5b74/statistik-ecommerce-2022-2023.html>

Badan Pusat Statistik. "Statistik E-Commerce 2022." Jakarta: BPS, 2023. <https://www.bps.go.id/publication/2023/03/15/statistik-e-commerce-2022.html>

Badan Pusat Statistik Boyolali. (2021). Survei E-Commerce 2021. *Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pembangunan yang Berkualitas*. diakses melalui <https://boyolalikab.bps.go.id/news/2021/09/01/289/survei-e-commerce-2021----memperkuat-ketahanan-ekonomi-untuk-pertumbuhan-yang-berkualitas---.html>

Bhatti, A., Akram, dkk. (2020). *E-commerce trends during COVID-19 Pandemic*. International Journal of Future Generation Communication and Networking. 13(2). 1449-1452.

Binus University. (2021). *Pengaruh Algoritma Media Sosial Terhadap Pengguna di Indonesia*. diakses melalui <https://student->

activity.binus.ac.id/himti/2021/12/14/pengaruh-algoritma-media-sosial-terhadap-pengguna-di-indonesia/ , diakses pada 4 Juni 2024.

Boianovsky, M. (2011). *Friedrich List: The National System of Political Economy*.

Catriana, Elsa & Sukmana, Yoga. (2023). *UMKM Keluhkan “Shadowban” TikTok. Pemerintah Harus Turun Tangan.* diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2023/06/16/220004926/umkm-keluhkan-shadowban-tiktok-pemerintah-harus-turun-tangan>

Cakanlar, Aylin and Nyuyen, Tram. (2019). *The Influence of Culture on Impulse Buying*. *Journal of Consumer Marketing*.

CNN Indonesia. (2023). *Mengapa TikTok Shop Bisa Membunuh UMKM Indonesia.* diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230919103145-92-1000791/mengapa-tiktok-shop-bisa-membunuh-umkm-indonesia> , diakses pada 4 Juni 2024.

Damuri, Yose Rizal. (2020). *Perkembangan dan Regulasi E-Commerce di Indonesia*. CSIS Policy Brief. diakses melalui [https://s3-csis-web.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/doc/Perkembangan dan Regulasi E-commerce di Indonesia.pdf?download=1](https://s3-csis-web.s3.ap-southeast-1.amazonaws.com/doc/Perkembangan%20dan%20Regulasi%20E-commerce%20di%20Indonesia.pdf?download=1)

Databoks. (2024). *Ada 185 Juta Pengguna Internet di Indonesia pada Januari 2024.* diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-juta-pengguna-internet-di-indonesia-pada-januari-2024>

- Databoks. (2024). *ECDB: Proyeksi Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Tertinggi Sedunia pada 2024*. diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/29/ecdb-proyeksi-pertumbuhan-e-commerce-indonesia-tertinggi-sedunia-pada-2024>
- Datareportal. *Global Social Data Statistic*. diakses melalui <https://datareportal.com/social-media-users>
- Datareportal. *TikTok Users, Stats, Data & Trends*. diakses melalui <https://datareportal.com/essential-tiktok-stats>
- Datareportal. *Global Social Media Statistic*. diakses melalui <https://datareportal.com/social-media-users>
- Elmawari. (2017). *Mercantalism dan Neo-Mercantalism*. diakses melalui <https://elwamendri.wordpress.com/2017/11/09/mercantilisme-dan-neo-mercantilisme/>
- Erliyani, E., Afiaf, N. (2023). *Kontroversi Penghapusan Tiktok Shop: Bagaimakah Pro Dan Kontranya?*. Egsaugm. diakses melalui <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2023/10/25/kontroversi-penghapusan-tiktok-shop-bagaimanakah-pro-dan-kontranya/>
- Faur, J. (1997). *Teori Ekonomi dan Peran Negara*.
- Febrina, R. (2017). *Dampak Kegiatan Jual Rugi (Predatory Pricing) yang Dilakukan Pelaku Usaha dalam Perspektif Persaingan Usaha*. Jurnal Selat, hlm. 234.

Febrianka, Nur Rizki, dkk. (2023). "Online Impulsive Buying on TikTok Platform: Evidence from Indonesia. Business Perspectives. Innovative Marketing, Vo. 19, Issue 3.

Feradhita. (2024). *Kelebihan dan Kekurangan Sistem E-Payment di E-Commerce*. diakses melalui <https://www.logique.co.id/blog/2024/05/14/e-payment/>

Fitriyani, I., Nurwati, N., & Lestari, C. T. (2021). The impact of covid-19 on the development of e-commerce in Indonesia. *Journal of Accounting and Financial Management*, 2(1), 62-75.

Hidayat, A., & Mirzanti, I. R. (2021). *E-commerce adoption model for Indonesian SMEs*. *International Journal of Business and Society*, 22(1), 498-511.

Humas. (2015). *Pemerintah Sudah Terbitkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah 2015-2019*. diakses melalui <https://setkab.go.id/pemerintah-sudah-terbitkan-rencana-pembangunan-jangka-menengah-2015-2019/>

Industry Insight. (2023). *Indonesia's E-Commerce Industry: Everything You Need to Know*. diakses melalui <https://shipper.id/blog/eng/industry-insight/indonesias-e-commerce-industry-everything-you-need-to-know/#:~:text=E-commerce%20is%20playing%20a%20growing%20role%20in%20the,contribute%20to%206%25%20of%20Indonesia%E2%80%99s%20GDP%20by%202025.>

IDN Research Institute. (2024). "Keamanan Data E-Commerce di Indonesia." 2024

Katadata.co.id. (2023). *Permendag 31/2023 Terbit, Pemerintah Resmi Larang TikTok Berjualan*. diakses melalui

<https://katadata.co.id/berita/industri/651401bfc3f61/permendag-312023-terbit-pemerintah-resmi-larang-tiktok-berjualan#:~:text=Kemendag%20akan%20menata%20aturan%20main%20TikTok%20menggunakan%20instrumen,dalam%20Peraturan%20Menteri%20Perdagangan%20No.%2031%20tahun%202023>

Kasali, Rhenald & Masduki, Teten. (2023). *Menkop Teten: Mengancam TikTok Hingga Serangan Balik Para TikTokers*. diakses melalui <https://www.youtube.com/watch?v=FE3Wwugv3zc> Menit 3:50 hingga 5:00.

Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022, Peran Penting UMKM dalam Ancaman Resesi, diakses melalui <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-balikpapan/baca-artikel/15677/Peran-Penting-UMKM-dalam-An-caman-Isu-Resesi.html>

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023). *Luncurkan Buku Putih Strategi Nasional Pengembangan Ekonomi Digital Indonesia 2030 Pemerintah Siapkan 3 Fase Transformasi Digital Nasional*. Siaran Pers. diakses melalui <https://ekon.go.id/publikasi/detail/5533/luncurkan-buku-putih-strategi-nasional-pengembangan-ekonomi-digital-indonesia-2030-pemerintah-siapkan-3-fase-transformasi-digital-nasional>

Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. (2023). "*Analisis Perkembangan E-Commerce di Indonesia 2023*." Laporan Tahunan, Desember 2023.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). "*Laporan Perkembangan UMKM di Era Digital 2022*." Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol. 12, No. 3, 2023.

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230927115943-37-475948/harga-barang-tiktok-shop-super-murah-awas-dumping>

Komisi Pengawas Persaingan Usaha. (2023). "*Kajian Praktik Persaingan di Industri E-Commerce.*" KPPU Research Paper, 2023.

Kementerian Perdagangan. (2023). "Evaluasi Regulasi E-Commerce di Indonesia." Buletin Perdagangan, Vol. 15, No. 1, 2023.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). "Siaran Pers: Menteri Perdagangan Umumkan Kebijakan Pembatasan E-commerce di Platform Media Sosial."

Kemendag.go.id, 15 September 2023. <https://www.kemendag.go.id/press-release/menteri-perdagangan-umumkan-kebijakan-pembatasan-e-commerce>

Kominfo. (2023). "Pedoman Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik." 2020.

Kemendag. (2024). "Regulasi E-Commerce: Transparansi dan Perlindungan Konsumen." 2023.

Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). (2023). Laporan Monitoring Aktivitas E-commerce di Indonesia.

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo). (2022). Pedoman Keamanan Data Pelanggan dalam Transaksi Online.

Kemp, S. (2023). "*Digital 2023: Indonesia.*" Diakses melalui <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Kinda, T. (2022). *E-commerce as a Potential New Engine for Growth in Asia.* The World Economy, 45(2), 498-524.

Kominfo. (2017). *Sistem E-Commerce dan Perlindungan Konsumen*. diakses melalui <https://aptika.kominfo.go.id/2017/06/sistem-e-commerce-dan-perlindungan-konsumen/>

List, Friedrich. (1841). *The National System of Political Economy*. Diterjemahkan oleh Sampson S. Lloyd.

Larasati, Arinda Widya. (2020). *Perspektif Nasionalisme Ekonomi Dalam Kebijakan Mitigasi Covid-19 Di Vietnam Dan Taiwan*. Jurnal Penelitian Politik, Badan Riset dan Inovasi Nasional.

Laohapensang, O. (2009). *Factor Influencing Internet Shopping Behavior: a Survey of Consumers in Thailand*. Jurnal of Fashion Marketing and Management.

Ma, Juanyu & Yu, Siwei. (2021). *The Future Development of E-Commerce in Tiktok*. Proceeding of the 2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (pp. 241-246).

MABES POLRI. (2023). Pasal 29 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). diakses melalui <https://mediahub.polri.go.id/image/detail/11456-pasal-28-ayat-1-undangundang-nomor-19-tahun-2016-tentang-informasi-dan-transaksi-elektronik-uu-ite-melarang>

Market Research Indonesia. (2022). *The Robust Growth of Indonesia's E-Commerce Industry*. diakses melalui <https://www.researchinindonesia.com/insight/the-robust-growth-of-indonesia-e-commerce-industry#:~:text=E-commerce%20statistics%20in%20Indonesia%20in%202022%20show%20that,a%20value%20of%20USD%2053.8%20billion%20by%202025.>

Meltwater. (2024). *Social Media Statistics for Indonesia (Updated 2024)*. diakses melalui <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia>

McKinsey&Company. (2018). *The Digital Archipelago: How online Commerce is Driving Indonesia's Economic Development*. Executive Summary. diakses melalui

<https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Featured%20Insights/Asia%20Pacific/The%20digital%20archipelago%20How%20online%20commerce%20is%20driving%20Indonesias%20economic%20development/The-digital-archipelago-Executive-summary.pdf>

Mustajibah, Tutik. (2021). *Dinamika E-commerce di Indonesia tahun 1999-2015*. E-Journal Pendidikan Sejarah.

Nuryanti. (2013). *Peran E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Jurnal Ekonomi, Vol. 21, No. 4.

Putri, Kristianti, dkk. (2023). *Analisis Efek Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional Negara Indonesia*. JKA: Jurnal Kendali Akuntansi. Vol. 1. No. 3.

Rahayu, R., & Day, J. (2017). *E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia*. Eurasian Business Review. 7(1). 25-41.

Rakhmawati, Nur A., dkk. (2021). *Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19*. Jurnal TEKNOINFO, Vol. 15(1).

Rachmawati, Rini. (2014). *Pengembangan Perkotaan Dalam Era Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Rahmawati, Laili. (2020). *Peran E-commerce dalam Mendukung Ketahanan Pangan Wilayah Jakarta Saat Pandemi Covid-19*. Jurnal Lemhannas RI.
- Rachmadayanti, R., Andini, F., Susilo, V. V., & Syahroni, W. S. (2021). *Dampak Algoritma Tiktok Terhadap Konsumsi Musik*. Prosiding Serina, 1(1), hlm. 2070.
- Rifqah. (2023). *Alasan TikTok Shop Resmi Ditutup Berawal dari Keluhan Pedagang Tanah Abang yang Alami Kerugian*. Tribun bisnis, diakses melalui <https://www.tribunnews.com/bisnis/2023/10/04/alasan-tiktok-shop-resmi-ditutup-berawal-dari-keluhan-pedagang-tanah-abang-yang-alami-kerugian>
- Rosita, R. (2020). *Pengaruh pandemi Covid-19 terhadap UMKM di Indonesia*. Jurnal Lentera Bisnis, 9(2), 109-120.
- Riding, A. (2004). *Economic Policy and Infant Industries: The Case for Protection*.
- Sumadji. (2006). *Kebijakan Ekonomi Internasional: Teori dan Praktik*.
- Santika, Erlina F. (2024). *Pangsa E-Commerce Online dan Proyeksinya dari Total Pasar Ritel (2018-2018)*. Databoks, diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/04/30/proyeksi-pangsa-pasar-e-commerce-global-hingga-2028-naik-signifikan>
- Sari, Meci Nilam, dkk. (2023). *Analysis of MSME Business Strategies Through Utilization of Social Media TikTok Shop*. Journal of Economic and Management Sciences. Vol.5. Issue 3.
- Sari, H. P., Pratama, Akhdi Martin. (2023). *Pelarangan TikTok Shop Saja Tak Cukup, Pemerintah Diminta Benahi Pintu Masuk Barang Impor*. diakses melalui <https://money.kompas.com/read/2023/09/27/111000326/pelarangan->

tiktok-shop-saja-tak-cukup-pemerintah-diminta-benahi-pintu-masuk , diakses pada 4 Juni 2024.

SEA Group. "SEA Ahead Wave 5 Report: E-commerce Trends in Southeast Asia." 2023. <https://www.seagroup.com/insights/sea-ahead-wave-5>

Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. (2017). *Inilah Perpres No. 74 Tahun 2017 tentang Road Map E-Commerce 2017/2019*. diakses melalui <https://setkab.go.id/inilah-perpres-no-74-tahun-2017-tentang-road-map-e-commerce-tahun-2017-2019/>

Septyaningsih, Iit. (2021). *Waspadai Praktik Cross-Border Ilegal di Platform E-Commerce*. diakses melalui <https://ekonomi.republika.co.id/berita/qq1eip383/waspadai-praktik-crossborder-ilegal-di-platform-ecommerce> , diakses pada 4 Juni 2024.

Setiaji, Hidayat. (2021). *E-Commerce Bunuh UMKM: Data Impor Gini, Wajar Jokowi Murka!*. diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com/news/20210305051804-4-227976/e-commerce-bunuh-umkm-data-impor-gini-wajar-jokowi-murka>

Setyowati, R. (2012). *Perkembangan E-commerce di Indonesia*. ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications. 3(2). 1083-1095.

Sheth, J. (2020). *Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?*. Journal of Business Research, 117, 280-283.

Singer, David, J. (1961). *The Level-of-Analysis Problem in International Relations*, World Politics, 14(1), 77-92.

SIRCLO. (2021). *Navigating Indonesia's E-Commerce: Omnichannel as the Future of Retail*. diakses melalui <https://www.scribd.com/document/625857142/Navigating-Indonesia-s-E-Commerce-Omnichannel-as-the-Future-of-Retail-SIRCLO-KIC-2021>

Statista. (2024) Number of Users of E-Commerce in Indonesia from 2020 to 2029, diakses melalui <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>

Statista. (2024). Number of social media users in Indonesia from 2020 to 2029, diakses melalui <https://www.statista.com/forecasts/1144743/social-media-users-in-indonesia>

Statista. (2024). Number of Advertising Audience of TikTok in Indonesia from February 2022 to January 2024 , diakses melalui <https://www.statista.com/statistics/1454392/indonesia-advertising-audience-tiktok/#:~:text=As%20of%20January%202024%2C%20there%20were%20around%20126.8,from%20the%20same%20month%20of%20the%20previous%20year.>

Statista. (2024). Number of Advertising Audience of TikTok in Indonesia from February 2022 to January 2024 , diakses melalui <https://www.statista.com/statistics/1454392/indonesia-advertising-audience-tiktok/#:~:text=As%20of%20January%202024%2C%20there%20were%20around%20126.8,from%20the%20same%20month%20of%20the%20previous%20year>

Supada, Wayan. (2022). *Inovasi Social Commerce dalam Meningkatkan Brand Awareness*. *Communicare*. Volume. 3, No. 2.

Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). *Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia*. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences. 3(2). 1147-1156.

Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Syahputra, Eqqi. (2022). *Perang E-Commerce Shopee, Tokopedia & Lazada, Siapa Juaranya?*. diakses melalui

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220605111737-37-344437/perang-e-commerce-shopee-tokopedia-lazada-siapa-juaranya>

Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2021). *The Impact of Covid-19 on Digital Technology-Based SMEs in Indonesia*. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 6(2), 1022-1032.

Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). *Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di Indonesia*. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60-75.

Taufik, T., & Ayuningtyas, E. A. (2020). *Impact of COVID-19 pandemic on business and online platform existence*. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(01), 21-32.

TMO Group. (2023). *2022 Indonesia E-Commerce: Insight and Analysis*. diakses melalui <https://www.tmogroup.asia/insights/indonesia-ecommerce-insights-and-analysis/>

Tokopedia. (2023). "Annual Report 2022: Embracing Digital Transformation."

Jakarta: PT Tokopedia. <https://www.tokopedia.com/about/annual-report-2022>

Turban, Efraim, dkk. (2018). *Electronic ommerce 2018: A Managerial and Social Networks Perspective*. Springer Texts in Business and Economics (STBE).

Wasono, R. Yudha T. (2020). *Analisa Kebijakan Terbaru E-Commerce Berdasarkan PP 80 Tahun 2019*. diakses melalui <https://siplawfirm.id/analisa-kebijakan-terbaru-e-commerce-berdasarkan-pp-80-tahun-2019/>

Widjaja, Y. I., Khalifa, G. S., & Abuelhassan, A. E. (2020). *The effect of destination reputation on the revisit intention to halal tourism destination of Jakarta*. International Journal of Business, Economics and Law, 20(5), 104-111.

Widiyawati, A.A. (2015). *Pendidikan Karakter di Tengah Globalisasi: Epistemologi, Terminologi, dan Aksiologi menghadapi MEA 2015*. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi. Hal. 23 - 30.

Widagdo, Prasetyo Budi. (2016). *Analisis Perkembangan E-commerce dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Wilayah di Indonesia*. diakses melalui <https://www.researchgate.net/publication/308318863> Analisis Perkembangan E-commerce Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Wilayah di Indonesia

Worldmeter, Indonesia Population, diakses melalui <https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>

Zhao, Li, dkk. (2023). *The Effects of Trust and Platform Innovation Characteristics Consumer Behaviors in Social Commerce: A Social Influence Perspective*. *Electronic Commerce Research and Application*, <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2023.101284> , hlm. 1-2

Skrpsi, Tesis, dan Disertasi:

Debora, Retno Ayu M., Dr. Maharani Hapsari MA. (2014). *PENOLAKAN CRUDE PALM OIL (CPO) INDONESIA OLEH UNI EROPA*. tesis. Universitas Gadjah Mada

Hakeem, Reshar Hakeem. (2024). *Peningkatan Foreign Direct Investment Indonesia di Masa Pandemi COVID-19*. Skripsi. Universitas Katolik Parahyangan

Laksmi, Sharada Devi. (2023). *ANALISIS KEBIJAKAN LARANGAN EKSPOR BIJIH NIKEL INDONESIA DALAM PERSPEKTIF NEOMERKANTILISME*, skripsi, Universitas Sriwijaya

Putra, Anugrah Dista. (2023). *Implementasi Kebijakan Pelarangan Ekspor CPO Sementara Indonesia Terhadap Kondisi Ekonomi Negara India Tahun 2022*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.

Qadiri, Alfian. (2021). *Analisis Tindakan Neo-Merkantilisme dalam Perdagangan Internasional pada Kasus Perdagangan Bea Masuk Anti Dumping (BMAD) Korea Selatan atas Praktik Dumping Ekspor Kertas Indonesia Tahun 2014-2019*. Skripsi, Universitas Jenderal Sudirman.



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

HUBUNGAN INTERNASIONAL

hi.umm.ac.id | hi@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: E.5.a/024/HI/FISIP-UMM/II/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan bahwa mahasiswa:

Nama : Muhammad Akbar Nandika
NIM : 202010360311343
Judul Skripsi : Alasan Indonesia Menghentikan Operasional Tiktokshop
Dosen Pembimbing : 1. Ruli Inayah Ramadhoan, M.Si

telah melakukan cek plagiasi pada naskah Skripsi sebagaimana judul di atas, dengan hasil sebagai berikut:

*) Similarity maksimal 15% untuk setiap Bab.

	BAB 1	BAB 2	BAB 3	BAB 4	BAB 5
	15%	15%	15%	15%	15%
Similarity	15%	15%	15%	7%	15%

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai syarat pengurusan bebas tanggungan di UPT. Perpustakaan UMM.

Malang, 4 Februari 2025
 Ka. Prodi HI,

Prof. Gonda Yumitro, M.A., Ph.D



Kampus I
 Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
 P: +62 341 551 253 (Hunting)
 F: +62 341 460 435

Kampus II
 Jl. Bendungan Sutani No. 188 Malang, Jawa Timur
 P: +62 341 551 149 (Hunting)
 F: +62 341 582 060

Kampus III
 Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
 P: +62 341 464 318 (Hunting)
 F: +62 341 460 435
 E: webmaster@umm.ac.id

