



TikTok Shop Dalam Lensa Ekonomi Politik: Menilik dari Pendekatan Smithian dan Keynesian

**Muhammad Emir Al-Azkiy^{1 2} Arni Fazira², Desy Natalia Salabay³,
Areeg Gameel Abdul Bari Al-Aghbari⁴, Kristina Setyowati⁵**

Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Sebelas Maret, Indonesia

muhammademir@student.uns.ac.id arnifazira023map@student.uns.ac.id
desysalabay@student.uns.ac.id nesmaelbahr000@student.uns.ac.id kristina@staff.uns.ac.id

Received : July 31, 2024; Accepted : Oct 27, 2024
DOI 10.25299/jiap.2024.18486

Abstract

TikTok Shop is one of the buying and selling platforms that is often used by the Indonesian people. However, TikTok Shop was closed in September 2023 because it did not have an official trading permit from e-commerce and did not meet the requirements as an e-commerce actor, before finally being reopened in December 2023. This study aims to analyze the TikTok Shop phenomenon from a political economy perspective using the Smithian and Keynesian approaches. The research method used is qualitative using literature studies. The results of this study indicate that before the closure, TikTok Shop operations reflected the Smithian free market principle with minimal government intervention. However, the closure and reopening of TikTok Shop with stricter regulations illustrate the Keynesian approach, where the government takes an active role in regulating the market to protect national economic interests. TikTok's partnership with Tokopedia after the regulation shows an effort to adjust to government policies. The findings in this study also state that government intervention aims to create a balance between the benefits of the free market and the protection of the local economy in the context of a rapidly growing digital economy.

Key words: *TikTok Shop, Political Economy, Smithian, Keynesian*

Abstrak

TikTok Shop merupakan salah satu platform jual beli yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Namun, TikTok Shop sempat ditutup pada September 2023 karena tidak memiliki izin resmi berdagang dari e-commerce dan tidak memenuhi syarat sebagai pelaku e-commerce, sebelum akhirnya dibuka kembali pada Desember 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena TikTok Shop dari kacamata ekonomi politik pada pendekatan Smithian dan Keynesian. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan menggunakan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebelum penutupan, operasi TikTok Shop mencerminkan prinsip pasar bebas Smithian dengan minimnya intervensi pemerintah. Namun, penutupan dan pembukaan kembali TikTok Shop dengan regulasi yang lebih ketat menggambarkan pendekatan Keynesian, di mana pemerintah mengambil peran aktif dalam mengatur pasar untuk melindungi kepentingan ekonomi nasional. Kemitraan TikTok dengan Tokopedia pasca regulasi menunjukkan upaya penyesuaian terhadap kebijakan pemerintah. Temuan pada penelitian ini juga menyatakan bahwa intervensi pemerintah bertujuan menciptakan keseimbangan antara manfaat pasar bebas dan perlindungan ekonomi lokal dalam konteks ekonomi digital yang berkembang pesat.

Key Words : Tiktok Shop, Ekonomi Politik, Smithian, Keynesian

Pendahuluan

Di Indonesia, terdapat beberapa *platform* jual beli yang sering digunakan oleh masyarakat, termasuk salah satunya TikTok Shop. TikTok Shop merupakan layanan e-dagang yang memfasilitasi para kreator, penjual, dan konsumen memiliki pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan praktis (Syaharani 2023). TikTok Shop diluncurkan pertama kali pada April 2021 dengan menawarkan ekosistem yang unik yang memungkinkan *brand* dan pedagang untuk memperluas usaha mereka dengan fitur belanja langsung atau *live shopping* dan video pendek (Putri and Pratiwi 2024). Dalam laporan *The Social Commerce Landscape in Indonesia* yang dilakukan oleh Populix pada tahun 2022 menyatakan bahwa TikTok Shop menempati urutan teratas sebagai *platform* yang sangat terfavorit dan sering dipakai di kalangan masyarakat Indonesia untuk berbelanja online, diikuti dengan WhatsApp sebesar 21%, serta Facebook Shop dan Instagram Shop masing-masing 10% (Ramadan 2022).

Pada Oktober 2023, pemerintah Indonesia resmi menutup TikTok Shop setelah perubahan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 selesai dan diundangkan kembali sebagai Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023, di mana peraturan tersebut mulai berlaku efektif pada akhir September 2023 (Hardiansyah and Pertiwi 2023). Di dalam Permendag tersebut, salah satu isi peraturan yang menjadi sorotan terkait ditutupnya TikTok Shop yaitu mengatur tentang pembatasan platform media sosial dalam melakukan perdagangan dan hanya diizinkan untuk mempromosikan atau menyediakan produk atau layanan (Bestari 2023).

Secara spesifik, penutupan TikTok Shop terjadi karena beberapa alasan yaitu mereka tidak memiliki izin resmi berdagang dari *e-commerce* dan hanya mempunyai izin Kantor Perwakilan Perusahaan Perdagangan Asing (KP3A) (Damayanti, 2023a). TikTok Shop juga dianggap tidak memenuhi kriteria sebagai pelaku *e-commerce*, yang seharusnya memiliki izin berusaha menurut aturan hukum yang berlaku. Penutupan TikTok Shop yang dilakukan oleh pemerintah merupakan langkah untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen, karena dengan perizinan yang ketat, masyarakat dapat lebih yakin terhadap produk dan layanan yang mereka beli secara online, serta dapat merasa lebih percaya bahwa pelaku *e-commerce* telah mematuhi standar-standar tertentu seperti kualitas produk dan perlindungan data pribadi (Kumparan 2023). Selain itu, langkah ini diambil setelah keadaan di Pasar Tanah Abang yang terleak Jakarta Pusat sedang mengalami kesulitan berat akibat pandemi Covid-19, ditambah lagi dengan masifnya kemunculan toko digital (Pasaribu 2023).

Dua bulan setelah ditutup, yaitu pada Desember 2023, TikTok Shop resmi dibuka kembali oleh pemerintah Indonesia. Setelah beroperasi kembali, TikTok menjalin kemitraan strategis dengan Tokopedia dengan nilai investasi sebesar \$1,5 miliar atau sekitar Rp24 triliun (Damayanti 2023b). Dengan nilai investasi yang besar tersebut, TikTok juga akan menguasai lebih dari 75% saham Tokopedia. Melalui kerja sama ini, TikTok dan Tokopedia akan membantu memasarkan produk-produk lokal Indonesia di *platform* mereka dan akan mendukung UMKM mengembangkan strategi produksi dan penjualannya (BBC 2023). Pada awalnya, Kemendag RI

memberikan pilihan kepada TikTok Shop untuk membuka *platform e-commerce* baru jika tetap ingin berbisnis dagang di Indonesia. Namun, karena prosesnya memiliki banyak persyaratan dan menyita waktu yang panjang, TikTok mengambil jalan tengah dengan memutuskan untuk menggandeng Tokopedia agar keberlangsungan bisnis mereka dapat terus berjalan (Catriana and Ika 2023). Selain itu, TikTok Shop saat ini hanya dapat diakses lewat Tokopedia, sehingga hanya Tokopedia saja yang dapat berjualan dan melakukan transaksi, sedangkan TikTok hanya dapat digunakan untuk mempromosikan produk dari para penjual (Sutrisno 2023).

Penelitian-penelitian terkait TikTok Shop telah banyak dilakukan dengan membahas faktor-faktor keputusan pembelian konsumen (Ebenhaezer and Fadjar 2024; Ulfa and Fikriyah 2022), persepsi generasi Z terhadap fitur TikTok Shop (Sa'adah, Rosma, and Aulia 2022) dampak TikTok Shop terhadap UMKM (Priyono and Sari 2023), strategi bisnis dan promosi (Ranti, Nuraini, and Firmansyah 2022; Sari et al. 2023), pembelian impulsif (Ahmad, Wolok, and Abdussamad 2022; Edwy et al. 2023; Nugraha, Permana, and Hadiarti 2024), pelarangan operasi dan penutupan TikTok Shop (Andriyanty et al. 2023; Faesal et al. 2024), perlindungan hukum terhadap konsumen (Lumentut, Frederik, and Korah 2023), serta strategi *public relations* dan kaitannya dengan kolaborasi TikTok Shop dan Tokopedia (Ainun Jannah et al. 2024).

Namun, belum ada penelitian yang membahas terkait penutupan TikTok Shop yang dilihat dari sudut pandang ekonomi politik, terutama menggunakan pendekatan Smithian dan Keynesian. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena penutupan

TikTok Shop dengan menggunakan keilmuan ekonomi politik pada pendekatan Smithian dan Keynesian. Dua pendekatan ini dipilih karena dapat menggambarkan kondisi penutupan TikTok Shop sebelum adanya intervensi dari pemerintah dan setelah adanya intervensi dari pemerintah. Pendekatan Smithian menekankan pada tidak adanya campur tangan pemerintah dalam pasar bebas, sedangkan pendekatan Keynesian menekankan pada intervensi pemerintah terhadap aktivitas perekonomian untuk menghindari kegagalan pasar (Dahlan and Wildan 2022).

Tinjauan Pustaka

Pendekatan Smithian

Smithian merupakan pendekatan dalam studi ekonomi politik yang didasarkan pada pemikiran Adam Smith (1723-1770). Smith berpendapat bahwa politik tidak berpengaruh signifikan terhadap masyarakat dan memiliki pandangan yang negatif pada politisi, di mana ia menyebut para politik sebagai 'hewan licik dan culas.' Artinya, campur tangan dari pemerintah seringkali mengganggu perekonomian. Dalam pendekatan Smithian, terdapat konsep *invisible hand* atau tangan tak terlihat, di mana pasar memiliki kekuatan untuk mengatur dirinya sendiri tanpa intervensi dari pemerintah (Dahlan and Wildan 2022).

Smith juga memandang aktivitas perekonomian (pasar) sebagai mekanisme yang meningkatkan kebebasan masyarakat dengan memungkinkan produsen dan konsumen saling menguntungkan dimana produsen mendapatkan keuntungan dengan

menyediakan barang yang dibutuhkan konsumen, dan konsumen mendapatkan keuntungan dengan memperoleh barang yang diinginkan (Rathbone 2023). Selain itu, dalam pendekatan Smithian, ketika pasar berkembang, maka masyarakat secara alami akan mencari lebih banyak pekerja untuk menghasilkan komoditas (Liu 2019). Adam Smith juga menekankan pentingnya spesialisasi dan pembagian kerja untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi. Smith percaya bahwa dengan membagi tugas menjadi komponen-komponen khusus yang lebih kecil dan membuat individu fokus pada peran tertentu, produktivitas dapat meningkat secara signifikan. Spesialisasi ini memungkinkan seseorang menjadi lebih mahir dan efisien dalam menjalankan tugas-tugas tertentu, sehingga menghasilkan peningkatan tingkat produktivitas secara keseluruhan dalam suatu perekonomian (Erkul 2022).

Pendekatan Keynesian

Keynesianisme adalah suatu teori ekonomi yang memiliki peranan penting. Teori ini dikembangkan oleh ekonom Inggris John Maynard Keynes dan muncul sebagai tanggapan terhadap krisis ekonomi pada tahun 1930-an, yang dikenal sebagai Depresi Besar (Meirizal et al. 2024). Kemunculan teori ekonomi Keynes menandai perubahan mendasar dalam pemikiran ekonomi. Sebelumnya, pandangan yang dominan adalah bahwa ekonomi berfungsi paling baik ketika pemerintah tidak ikut campur, dan pasar dapat mengatur dirinya sendiri (*laissez-faire*). Keynesianisme menantang pandangan ini dengan menganjurkan peran aktif pemerintah dalam mengelola

ekonomi, terutama dalam menghadapi krisis atau ketidakstabilan ekonomi (Dow 2023; Hamouda, Lee, and Mair 2005).

Keynes menekankan bahwa permintaan agregat (jumlah total permintaan dalam perekonomian untuk barang dan jasa pada tingkat harga tertentu) adalah faktor utama yang menggerakkan perekonomian (Ghani and Hossain 2023). Ini terutama berlaku dalam situasi di mana ekonomi sedang lesu atau mengalami penurunan. Menurut Keynes, dalam kondisi seperti itu, meningkatkan permintaan agregat melalui kebijakan fiskal (seperti pengeluaran pemerintah dan pengurangan pajak) dapat membantu memulihkan perekonomian dan meningkatkan aktivitas ekonomi (Pressman 2022). Selain itu, John Maynard Keynes berpendapat bahwa pemerintah dapat menggunakan kebijakan-kebijakan tertentu untuk meningkatkan permintaan agregat pada tingkat makro yaitu skala besar atau seluruh perekonomian (Purba et al. 2023). Dengan meningkatkan permintaan, pemerintah dapat membantu mengurangi pengangguran (dengan menciptakan lebih banyak pekerjaan) dan deflasi (penurunan umum harga barang dan jasa). Kebijakan-kebijakan ini bisa termasuk peningkatan pengeluaran pemerintah dan pemotongan pajak untuk mendorong konsumsi dan investasi.

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun hasil analisis data dari penelitian ini menggunakan studi kepustakaan. Studi kepustakaan didefinisikan sebagai upaya peneliti untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan topik atau masalah yang diteliti. Informasi ini dapat diperoleh dari buku, artikel jurnal, serta sumber-sumber tertulis yang lain

(Azizah and Purwoko 2017). Akan tetapi, hasil analisis pada penelitian ini menggunakan artikel jurnal, di mana artikel jurnal dipilih karena perkembangannya dinilai lebih dinamis dibandingkan dengan publikasi lainnya. Selain itu, adanya proses *review* yang berjenjang dalam publikasi artikel jurnal membuat seleksi lebih menyeluruh dan hasil terbitannya juga lebih berkualitas (Samsara 2022). Adapun langkah-langkah dalam melakukan penelitian studi kepustakaan ialah sebagai berikut:

1. Menentukan ide dasar terkait topik yang ingin diteliti
2. Mengumpulkan informasi yang relevan untuk mendukung topik penelitian
3. Memperjelas fokus dari penelitian yang dilakukan
4. Mengidentifikasi dan mengelompokkan bahan bacaan yang dibutuhkan
5. Membaca dan membuat catatan berdasarkan literatur yang telah dibaca
6. Meninjau ulang dan memperkaya referensi bacaan untuk penelitian yang dilakukan
7. Proses penulisan, (Zed, 2008) dalam (Azizah & Purwoko 2017)

Hasil dan Pembahasan TikTok Shop Sebelum Adanya Intervensi Pemerintah

Pembahasan ini mengulas konteks TikTok Shop di Indonesia dengan membaginya menjadi dua periode yang berbeda, sebelum adanya intervensi pemerintah dan setelah adanya intervensi dari pemerintah. Pada tahap sebelum adanya intervensi pemerintah, gambaran situasi TikTok Shop mencerminkan pendekatan Smithian dalam konteks

ekonomi politik. Sejumlah alasan dapat diberikan untuk mendukung tulisan ini:

1. Pasar Bebas dan Kompetisi

Dari analisis berbagai literatur yang relevan, sebelum penutupan oleh pemerintah, TikTok Shop beroperasi dalam lingkungan yang relatif bebas dan kompetitif. *Platform* ini mampu menarik sejumlah besar pengguna dan merupakan salah satu situs *e-commerce* terdepan di Indonesia, menunjukkan kekuatan kompetisi pasar bebas yang didorong oleh inovasi dan preferensi konsumen. TikTok Shop bersaing dengan *platform e-commerce* lainnya. Kompetisi ini mendorong setiap *platform* untuk terus berinovasi dan meningkatkan layanannya untuk menarik lebih banyak pengguna. Hal ini selaras dengan temuan penelitian yang menegaskan bahwa kehadiran platform digital seperti media sosial tidak bisa disangkal karena telah berhasil memperluas pasar perdagangan dan meningkatkan persaingan. Oleh karena itu, pemasaran harus dilakukan dengan kreatif dan strategi-strategi yang lebih matang juga perlu dipertimbangkan agar dapat bersaing dalam pasar bebas (Nur Jannah & Pramono, 2024).

Dalam konteks persaingan usaha, TikTok Shop sebenarnya bukanlah *platform e-commerce* dengan izin operasional sesuai Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, seperti Tokopedia, Blibli, Shopee, Bukalapak, dan Shopee. Selain itu, mengacu pada Pasal 20 dan Pasal 25 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 mengenai Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, aktor bisnis TikTok Shop cenderung menggunakan posisi dominan. Hal ini

dapat menyebabkan penetapan harga produk yang sangat kecil atau praktik *dumping* dalam proses pembuatan produk, serta menciptakan kondisi di mana aktor bisnis dapat mendominasi 50% pasar, yang memicu praktik monopoli (Anuar, Hazmi, and Nazar 2023).

2. Minimnya Intervensi Pemerintah

Berdasarkan hasil analisis dari literatur, sebelum revisi peraturan yang mengarah pada penutupan TikTok Shop, intervensi pemerintah dalam operasi *platform e-commerce* ini sangat minim. Ini memungkinkan TikTok Shop untuk berkembang pesat dan berinovasi tanpa banyak hambatan regulasi. Minimnya regulasi memungkinkan TikTok Shop untuk menawarkan fitur-fitur unik seperti *live shopping* dan integrasi video pendek, yang membedakan mereka dari pesaing dan menarik lebih banyak pengguna.

3. *Invisible Hand* (Tangan Tak Terlihat)

Berdasarkan kajian terhadap literatur yang telah dianalisis, konsep tangan tak terlihat Adam Smith menjelaskan bagaimana individu yang mengejar kepentingan pribadi mereka dalam pasar bebas dapat menghasilkan manfaat ekonomi bagi masyarakat secara keseluruhan. Hasil analisis TikTok Shop memungkinkan individu (baik penjual maupun pembeli) untuk berinteraksi dan melakukan transaksi secara efisien. Para penjual dapat memanfaatkan *platform* ini untuk mencapai basis pelanggan yang lebih luas, sementara konsumen mendapatkan akses ke berbagai produk dengan harga yang kompetitif dan sering kali lebih rendah. Keberadaan TikTok Shop dapat membantu pelaku usaha untuk mencapai bisnis ideal yang mereka harapkan. Selain berdampak positif

terhadap pelaku usaha, kehadiran TikTok Shop telah memberikan kemudahan kepada calon konsumen yang ingin membeli suatu produk (Nur Jannah & Pramono, 2024).

4. Spesialisasi dan Efisiensi

Dari hasil penelaahan literatur yang tersedia, dalam pendekatan Smithian, Adam Smith juga menyoroti pentingnya spesialisasi dan pembagian tugas untuk dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Hasil analisis TikTok Shop memungkinkan penjual untuk memanfaatkan kemampuan khusus mereka dalam pemasaran digital dan konten kreatif untuk menarik pelanggan, yang merupakan bentuk spesialisasi dalam konteks modern. Penjual di TikTok Shop dapat menggunakan video pendek dan *live streaming* untuk mempromosikan produk mereka dengan pendekatan yang lebih atraktif dan interaktif dibanding dengan *platform e-commerce* tradisional. Hal tersebut senada dengan temuan penelitian yang menerangkan bahwa TikTok memainkan peran kunci dalam media periklanan karena kemampuannya untuk melakukan promosi dan hiburan yang bisa diakses oleh banyak pemakai atau calon konsumen. *Platform* atau wadah yang lekat dengan generasi milenial ini juga mampu memberikan pengaruh yang besar kepada calon konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan (Saepudin, Hartoko, and Putri 2024). Berbagai fitur yang dimiliki TikTok memacu kreativitas para penjual, termasuk salah satunya dengan membuat video iklan dengan musik terbaru. Apabila video tersebut populer, menarik, dan mendapat *FYP* maka berpeluang meningkatkan omzet penjualan (Nur et al. 2023).

Dari uraian analisis yang telah disampaikan, sebelum adanya intervensi pemerintah, operasi TikTok Shop di Indonesia mencerminkan prinsip-prinsip dasar dari pendekatan Smithian, yaitu pasar bebas, kompetisi, inovasi yang didorong oleh kepentingan individu, dan minimnya regulasi pemerintah. Keberhasilan TikTok Shop dalam menarik pengguna dan meningkatkan efisiensi transaksi adalah bukti dari dinamika pasar bebas yang diusung oleh teori Adam Smith. Namun meskipun fitur TikTok Shop menawarkan kemudahan, ada potensi kerugian jika dilihat lebih dalam dari sisi mikro atau internal dan makro atau eksternal. Dari sisi mikro, ada risiko kemunculan kejahatan seperti penipuan dan pencurian data pribadi yang mengancam para penjual. Kasus pencurian data pribadi bisa mengakibatkan kerugian finansial dan non-finansial bagi pelaku usaha, serta praktik *money game* dengan skema ponzi seperti *TikTok Cash*. Dari sisi makro, muncul kebijakan penghapusan fitur TikTok Shop yang didasarkan pada Permendag Nomor 31 Tahun 2023 dan penilaian bahwa fitur tersebut menurunkan penjualan serta produksi UMKM dan pasar konvensional. Oleh karena itu, keputusan pemerintah untuk memisahkan platform *social commerce* dari media sosial TikTok dianggap tepat (Anggraeny et al. 2024).

TikTok Shop Setelah Adanya Intervensi Pemerintah)

Setelah adanya intervensi dari pemerintah, TikTok Shop dapat dilihat dengan pendekatan Keynesian yang tercermin dari beberapa hal seperti (1) intervensi pemerintah untuk menstabilkan perekonomian negara, (2) pengaruh permintaan agregat, (3) dampaknya

terhadap makro ekonomi, dan (4) pentingnya investasi.

1. Intervensi Pemerintah untuk Menstabilkan Perekonomian

Berdasarkan hasil analisis dari literatur, fenomena TikTok Shop di Indonesia jika dianalisis menggunakan pendekatan Keynesian, menunjukkan adanya peran aktif pemerintah dalam mengatur pasar *e-commerce*, hal tersebut sejalan dengan prinsip intervensi pemerintah yang ditekankan oleh Keynes (Dow 2023). Tindakan pemerintah dalam menutup TikTok Shop melalui revisi Permendag, mencerminkan upaya untuk menstabilkan ekonomi dan melindungi kepentingan nasional melalui kebijakan yang terencana. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Ulya (2023), yang menegaskan bahwa keputusan pemerintah adalah langkah strategis yang bertujuan untuk menstabilkan ekonomi dan melindungi kepentingan nasional dimana langkah tersebut diambil untuk mengatasi potensi risiko dari platform perdagangan sosial seperti TikTok Shop dari aktivitas kriminal seperti penipuan dan pencurian data dapat mengancam bisnis dan konsumen.

2. Pengaruh Permintaan Agregat

Dari analisis literatur yang telah dilakukan, meskipun tidak secara langsung disebutkan, kekhawatiran tentang dampak TikTok Shop terhadap pedagang lokal dan UMKM dapat diinterpretasikan sebagai upaya untuk menjaga permintaan agregat (total pengeluaran dalam perekonomian)

dalam ekonomi domestik. Hal ini sesuai dengan pandangan Keynes tentang pentingnya hal tersebut dalam mencegah krisis ekonomi (Ghani and Hossain 2023; Pressman 2022). Penelitian oleh Setyadi et al. (2023) juga menunjukkan bahwa menjaga tingkat permintaan dalam perekonomian sangat penting untuk mencegah krisis dan memastikan ekonomi tetap tumbuh dan stabil.

3. Dampak Makro Ekonomi

Dari analisis berbagai literatur yang relevan, kebijakan pemerintah juga mempertimbangkan dampak makro ekonomi, terutama terhadap sektor UMKM dan pasar tradisional, yang merupakan komponen penting dalam struktur ekonomi Indonesia. Hal ini mencerminkan fokus Keynesian pada bagaimana kebijakan dapat mempengaruhi output (produksi barang dan jasa) dan tingkat lapangan kerja (Purba et al. 2023). Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa reformasi kebijakan dapat memberikan manfaat positif secara keseluruhan dalam hal peningkatan produksi dan penciptaan lapangan kerja (Bernard et al. 2015).

4. Pentingnya Investasi

Berdasarkan telaah pustaka yang telah dianalisis, kemitraan TikTok dengan Tokopedia yang melibatkan investasi besar senilai Rp24 triliun dapat dilihat sebagai bentuk stimulasi ekonomi, sejalan dengan pemikiran Keynesian tentang pentingnya investasi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi (Purba et al. 2023). Hal tersebut dibuktikan oleh penelitian

yang menunjukkan bahwa investasi memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dengan merangsang sektor-sektor ekonomi yang menciptakan lapangan kerja yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan selain itu, investasi sangat penting untuk menjembatani dan mengurangi kesenjangan ekonomi antar wilayah, sehingga berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan (Sirbulescu et al. 2022). Meskipun teori Keynesian dikembangkan pada tahun 1930-an untuk memahami Depresi Besar (Meirizal et al. 2024), penerapannya dalam kasus ini menunjukkan relevansinya dalam menghadapi tantangan ekonomi modern, terutama dalam mengatur pasar digital yang berkembang pesat.

Dari analisis yang telah diuraikan, dapat dilihat bahwa dalam konteks penutupan TikTok Shop yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia, menunjukkan keselarasan dengan teori ekonomi Keynesian. Pemerintah mengambil peran aktif dan strategis dalam mengatur pasar *e-commerce*, dengan fokus pada stabilisasi ekonomi dan perlindungan kepentingan nasional. Kebijakan yang diambil tidak hanya mempertimbangkan dampak langsung pada sektor digital, tetapi juga memperhatikan implikasi yang lebih luas terhadap ekonomi makro, terutama sektor UMKM dan pasar tradisional.

Kesimpulan

TikTok Shop di Indonesia telah mengalami berbagai perubahan sejak peluncurannya, yang menunjukkan dinamika antara pasar bebas dan

intervensi pemerintah. Pada awalnya, TikTok Shop beroperasi dalam lingkungan pasar bebas, sesuai dengan prinsip liberalisme ekonomi Adam Smith, yang memungkinkan kompetisi dan efisiensi tanpa banyak regulasi. Namun, pada Oktober 2023, pemerintah Indonesia menutup TikTok Shop berdasarkan peraturan yang melarang media sosial berdagang tanpa izin, untuk melindungi UMKM dan pedagang pasar tradisional. Pada Desember 2023, TikTok Shop dibuka kembali setelah menjalin kemitraan dengan Tokopedia, yang memungkinkan mereka untuk mematuhi regulasi yang lebih ketat dan fokus pada promosi produk lokal. Analisis ekonomi politik dengan pendekatan Smithian dan Keynesian menunjukkan bahwa intervensi pemerintah bertujuan menciptakan keseimbangan antara manfaat pasar bebas dan perlindungan ekonomi lokal.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Siti Hadidjah, Tineke Wolok, and Zulfia K. Abdussamad. 2022. "Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop." *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 5(2):784–93.
- Ainun Jannah, Nurul, Adrian Syahputra, Nurfatin Safika, Rapi Lamnur Siregar, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, and Fakultas Dakwah dan Komunikasi. 2024. "Strategi Public Relations Mewujudkan Kesuksesan Kolaboratif Tiktok Shop Dan Tokopedia Dengan Fokus Pada UMKM." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8(2):17890–98.
- Andriyanty, Reny, Sri Retno, Wahyu Nugraheni,) Ratna, Mega Sari, Tuti Kurnia, Eva Mayasari,) Program, Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Dan Manajemen, and Institut Pertanian Bogor. 2023. "Pelarangan Operasi Tiktok Shop Dan Etnosentrisme Generasi Z Indonesia." *Mediastima* 29(2):114–30.
- Anggraeny, Nura, Azzahra Verdi, Nur Azizyah Putri Dewita, and Ida Farida Adi Prawira. 2024. "Studi Literatur: Potensi Kerugian Akibat Social Commerce Tiktok Shop." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4(1):3109–17.
- Anuar, Yazrul, Raju Moh Hazmi, and Jasman Nazar. 2023. "TikTok Shop Vs E-Commerce Vs Negara: Mencari Titik Keseimbangan Dalam Bingkai Ekonomi Konstitusional." *Law Jurnal* 4(1):1–10.
- Azizah, Ainul, and B. Purwoko. 2017. "Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Naratif." *Jurnal BK UNESA* 4(1):1–8.
- BBC. 2023. "TikTok Shop Buka Lagi Setelah Akuisisi Tokopedia, Pedagang Dan Afilior Berharap 'Jangan Sampai Ditutup Lagi.'" *BBC Indonesia*.
- Bernard, Lucas, Willi Semmler, Mika Kato, Stefan Mittnik, Daniel Samaan, and Willi Semmler. 2015. "Employment and Output Effects of Climate Policies." *The Oxford Handbook of the Macroeconomics of Global Warming* (149). doi: 10.1093/oxfordhbk/9780199856978.013.0019.
- Bestari, Novina Putri. 2023. "TikTok Shop Tutup, Pedagang Terima 'Surat Cinta' Ini Isinya." *CNBC Indonesia*.
- Catriana, Elsa, and Aprillia Ika. 2023. "Kemendag 'Buka-Bukaan' Alasan
- Muhammad Emir Al-Azkiy·Arni Fazira, Desy Natalia Salabay, Areeg Gameel Abdul Bari Al-Aghbari, dan Kristina Setyowati⁵ / Publika : JIAP Vol. 10 No. 2 / 2024

- Kasih Izin TikTok Shop Kembali Dibuka." *Kompas.Com*.
- Dahlan, Ahmad, and Muhammad Wildan. 2022. *Ekonomi Politik Analisis Kebijakan Industri Halal (KIH) Dan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia 2014-2021*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Damayanti, Aulia. 2023a. "Terungkap Alasan TikTok Shop Ditutup." *Detik Jatim*.
- Damayanti, Aulia. 2023b. "TikTok Shop Buka Lagi Tapi Belum Sesuai Aturan, Ini Penjelasan Kemendag." *Detik*.
- Dow, Sheila. 2023. "Keynes on Theorising for Policy." Pp. 173–88 in *Economic Policy and the History of Economic Thought*. Routledge.
- Ebenhaezer, Harvard, and Nurman Setiawan Fadjar. 2024. "Pengaruh Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Di Tiktok Shop(Studi Kasus: Ditutupnya Tiktok Shop)." *Journal of Development Economic and Social Studies* 3(2):333–46.
- Edwy, Ferby Mutia, Inanda Shinta Anugrahani, Ali Faiq Pradana, and Ivan Febia Ananda Putra. 2023. "The Phenomenon of Impulsive Buying at TikTok Shop." *International Journal of Social Science Research and Review* 6(1):328–34.
- Erkul, Abdullah. 2022. "Die Adam Smith Probleme: Karl Polanyi on Smith's Division of Labour." *Iberian Journal of the History of Economic Thought* 9(1). doi: <https://doi.org/10.5209/ijhe.76304>.
- Faesal, Faesal, Nada Muna Luqyana, Naili Sa'idah, and Gunawan Aji. 2024. "Dampak Penutupan TikTok Shop Dalam Penjualan Produk:(Studi Kasus Pedagang TikTokShop Di Desa Ambokembang, Kedungwuni)." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 3(1):108–14.
- Ghani, Usman, and Md Kamal Hossain. 2023. "The Role and Importance of Liquidity Preference, Marginal Efficiency of Capital, and Marginal Propensity to Consume in Keynes's General Theory." *International Journal of Science and Business* 20(1):58–70. doi: 10.58970/IJSB.2056.
- Hamouda, Omar, Clive Lee, and Douglas Mair. 2005. "The Economics of John Rae." *The Economics of John Rae* 1–292. doi: 10.4324/9780203976593.
- Hardiansyah, Zulfikar, and Wahyunanda Kusuma Pertiwi. 2023. "Duduk Perkara TikTok Shop Tutup Di Indonesia, Bukan Cuma Soal Larangan Transaksi." *Kompas.Com*.
- Kumparan. 2023. "Alasan TikTok Shop Ditutup Di Indonesia, Ini Penjelasan." *Kumparan.Com*.
- Liu, Andrew B. 2019. "Production, Circulation, and Accumulation: The Historiographies of Capitalism in China and South Asia." *The Journal of Asian Studies* 78(4):1–22. doi: 10.1017/S0021911819000676.
- Lumentut, Regina, Wulanmas A. P. G. Frederik, and Revi Korah. 2023. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Pengiriman Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online Melalui Aplikasi Tiktok Shop." *Lex Administratum* 11(3).
- Meirizal, Mica Siar, Dewi Larasati Sinaga, Fitry Ulinda Tinambunan, Sarah Lylia Saragi, and Veranita Sitio. 2024. "Teori Ekonomi Keynesian Mengenai Inflasi Dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Modern." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4(2):2433–45.

doi: 10.31004/innovative.v4i2.9754.

- Nugraha, Yudha Dwi, Rezi Muhamad Taufik Permana, and Deno Hadiarti. 2024. "Impulsive Purchase Behaviour of Z Generation of Muslim Women on TikTok Shop: The Application of SOR Framework." *Journal of Islamic Marketing* 15(2):493–517.
- Nur Jannah, Siti, Jl Bhayangkara Nomor, Kecamatan Serengan, Kota Surakarta, and Jawa Tengah Siti Nur Jannah. 2024. "Analisis Pengembangan Umkm Melalui E-Bussines Dengan Tiktok Shop." *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen* 2(2):25–36.
- Nur, Zinda Rud Faiza, Intan Nas Nas Rabbiana, Tiara Diba, and Fitroh Fitroh. 2023. "TikTok Shop: Unveiling the Evolution from Social Media to Social Commerce and Its Computational Impact on Digital Marketing." *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)* 4(2):88–96. doi: 10.36596/jcse.v4i2.512.
- Pasaribu, Quin. 2023. "Babak Belur Pasar Tanah Abang Dihajar Pasar Digital - 'Sebulan Tidak Ada Pemasukan Satu Rupiah Pun.'" *BBC Indonesia*.
- Pressman, Steven. 2022. "The New Keynesian School." Pp. 228–45 in *A Brief History of Economic Thought*. Edward Elgar Publishing.
- Priyono, Muhammad Bintang, and Dian Permata Sari. 2023. "Dampak Aplikasi Tiktok Dan Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9(17):497–506.
- Purba, Bonaraja, Unang Handiman, Ahmad Faridi, Yuliyanto Setiawan, Arfandi SN, Muhammad Gaffar, Rierind Koniyo, Syukriy Abdullah, Annisa Faried, Anton Hindardjo, and Gina Elmizan. 2023. *Pengantar Ekonomi Politik*. Yayasan Kita Menulis.
- Putri, Difa Lutfiana, and Inten Esti Pratiwi. 2024. "Pertama Kali Diluncurkan Pada 2021, TikTok Shop Resmi Ditutup Hari Ini Pukul 17.00 WIB." *Kompas.Com*.
- Ramadan, Rian. 2022. "Survei: 45% Masyarakat Indonesia Doyan Belanja Di TikTok Shop." *Kumparan.Com*.
- Ranti, Ranti Febrianti, Putri Nuraini, and Ricky Firmansyah. 2022. "Strategi Promosi Pada Aplikasi TikTok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM." *Jurnal Ekonomi Perjuangan* 4(2):76–80.
- Rathbone, Mark. 2023. "Moral Theory, Agrarianism and Sustainable Free Market Economics in the Work of Adam Smith." *The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa* 19(1):1317. doi: <https://doi.org/10.4102/td.v19i1.1317>.
- Sa'adah, Ai Nur, Ayu Rosma, and Dea Aulia. 2022. "Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 2(5):131–40.
- Saepudin, Eli Apud, Gatot Hartoko, and Rossa Amelia Putri. 2024. "Analisis of Government Policy Based on Permenag Number 31 of 2023 to Close Tiktok Shop in an Effort to Save Conventional Traders in Indonesia." *Journal of Law Science* 6(1):153–58. doi: <https://doi.org/10.35335/jls.v6i1.4549>.
- Samsara, Ladiatno. 2022. "Tren Publikasi." *Jurnal Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi* 18(2):308–25.
- Sari, Meci Nilam, Rika Septrizarty, Wila

- Farlina, Azmen Kahar, and Agus Nurofik. 2023. "Analisis Strategi Bisnis UMKM Melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop." *Journal of Economics and Management Scienties* 5(3):160–68. doi: 10.37034/jems.v5i3.18.
- Setyadi, Heribertus Ary, Galih Setiawan Nurohim, Wawan Nugroho, and Sutanto Sutanto. 2023. "Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar." *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1):1–8. doi: 10.31294/abditeknika.v3i1.1726.
- Sirbulescu, Claudia, Luminita Pirvulescu, Iasmina Iosim, Andrea Feher, and Ciprian Rujescu. 2022. "Aspects Regarding the Role of Investments and the Business Environment in Economic Development." *Review on Agriculture and Rural Development* 11(1–2):86–91. doi: <https://doi.org/10.14232/rard.2022.1-2.86-91>.
- Sutrisno, Vatrisha Putri Nur. 2023. "TikTok Shop Buka Lagi Di Indonesia Tanpa Izin E-Commerce, Mendag Bilang Begini." *Liputan 6*.
- Syahrani, Mela. 2023. "Sejarah Tiktok Shop, Kini Dilarang Jualan Dan Transaksi Di Indonesia." *Katadata.Co.Id*.
- Ulfa, Wulan Santika, and Khusnul Fikriyah. 2022. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Di Tiktok Shop." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 5(2):106–18.
- Ulya, Widadatul. 2023. "Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Pada Transaksi Bisnis Social Commerce TikTok Shop (Perspektif Hukum Positif Dan Hukum Islam)." *Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law* 6(1):18–34. doi: 10.21111/jicl.v6i1.9746.