

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tiktok merupakan sebuah *platform* media sosial, sejak tahun 2018 aplikasi ini telah diunduh lebih dari 500 juta kali di App Store oleh pengguna media sosial baik itu dari kalangan anak-anak hingga dewasa (Cesiliana, 2022). *Platform* tiktok ini sering dimanfaatkan untuk membuat kreatifitas hingga berbisnis. jumlah pengguna yang sangat banyak menjadikan tiktok ini sangat cocok digunakan sebagai media *digital marketing* bagi para pebisnis. Setelah adanya fitur Tiktok Shop, memudahkan pengguna dalam proses jual beli barang di tiktok. Tiktok Shop menjadi *platform marketplace* yang paling banyak disukai oleh warga masyarakat dikarenakan menawarkan harga yang lebih miring dibanding dengan *platform marketplace* lainnya (Rahmawati, et al., 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat. Salah satu bentuk perubahan tersebut adalah munculnya *platform Marketplace*, termasuk TikTok Shop, yang dengan cepat menarik perhatian konsumen. TikTok Shop, sebagai bagian dari ekosistem digital yang berkembang pesat, menawarkan pengalaman belanja yang baru dan berbeda, di mana konsumen dapat membeli produk secara langsung melalui aplikasi yang sering mereka gunakan untuk hiburan. Hal ini mengubah cara konsumen berbelanja, dari yang sebelumnya lebih banyak dilakukan secara langsung di pasar tradisional, menjadi lebih terfokus pada belanja online yang dianggap lebih praktis dan efisien.

Kehadiran TikTok Shop dan *platform Marketplace* lainnya telah membawa tantangan besar bagi pedagang konvensional di Pasar Cikajang. Pedagang mulai merasakan dampak dari pergeseran perilaku konsumen ini, di mana jumlah pembeli yang datang ke pasar menurun, dan omset penjualan mereka ikut terdampak. Kondisi ini membuat pedagang konvensional harus berpikir keras untuk tetap bersaing di tengah gempuran *marketplace* yang semakin dominan.

Setelah kehadiran berbagai *marketplace online*, termasuk salah satunya TikTok Shop, pola belanja masyarakat di Cikajang mengalami perubahan signifikan. TikTok Shop, dengan fitur-fitur yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara mudah dan cepat, telah menarik perhatian banyak konsumen yang sebelumnya lebih memilih berbelanja di pasar tradisional seperti Pasar Cikajang. Seiring dengan popularitas TikTok Shop yang semakin meningkat, jumlah pembeli yang datang ke Pasar Cikajang mulai mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Banyak warga Cikajang yang kini lebih memilih berbelanja melalui TikTok Shop karena berbagai alasan. Salah satu alasan utama adalah kenyamanan yang ditawarkan oleh platform tersebut, di mana konsumen dapat berbelanja dari rumah tanpa harus menghadapi situasi pasar yang mungkin kurang nyaman. Pasar tradisional sering kali identik dengan suasana yang ramai, becek, dan berdesakan, terutama pada saat hari-hari tertentu di mana pasar berada dalam puncak keramaian. Selain itu, masalah kemacetan yang sering terjadi di sekitar pasar juga menjadi alasan mengapa sebagian masyarakat lebih memilih berbelanja secara online.

Selain faktor kenyamanan, harga yang ditawarkan di TikTok Shop sering kali dianggap lebih murah dibandingkan dengan harga di pasar tradisional. Diskon, promosi, dan kemudahan dalam membandingkan harga antar penjual menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Bagi mereka yang ingin berbelanja dengan lebih efisien, baik dari segi waktu maupun biaya, TikTok Shop menawarkan solusi yang praktis.

Akibatnya, banyak pedagang di Pasar Cikajang yang mulai merasakan dampak dari pergeseran preferensi belanja ini. Penurunan jumlah pembeli secara langsung berdampak pada penurunan volume penjualan mereka. Para pedagang yang telah lama bergantung pada arus pengunjung harian pasar kini harus menghadapi realitas baru, di mana sebagian besar pelanggan mereka beralih ke belanja online. Dampak ini tidak hanya dirasakan oleh pedagang besar, tetapi juga oleh pedagang kecil yang menjual kebutuhan pokok sehari-hari.

Masa kejayaan Tiktok Shop ini tidak berlangsung lama, setelah adanya revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 yang diundangkan dalam Permendag Nomor 31 tahun 2023, menjelaskan mengenai Perizinan, Periklanan, Binaan, dan pengawasan

pelaku usaha dalam perdagangan melalui sistem elektronik. Tiktok Shop masuk kedalam kategori Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PPMSE) dan berdasarkan aturan tersebut, PPMSE itu dikategorikan kedalam beberapa model bisnis salah satunya yaitu *social commerce* yang menggabungkan layanan media sosial dengan *marketplace*.

Melalui Permendag Nomor 31 Tahun 2023, Ruang gerak PPMSE dengan model bisnis *social commerce* seperti tiktok itu mempunyai batasan yaitu PPMSE dilarang untuk memfasilitasi transaksi perdagangan pada sistem elektroniknya, sebagaimana dalam Pada pasal 21 ayat (3) menyebutkan “PPMSE dengan model *Social Commerce* dilarang memfasilitasi transaksi pembayaran pada sistem elektroniknya”. Tiktok yang didalamnya memuat fitur Tiktok Shop, membuat pengguna tiktok tidak hanya menikmati konten dan berinteraksi dengan pengguna lainnya tapi pengguna juga bisa berbelanja produk-produk yang dijual oleh para penjual pada fitur Tiktok Shop. Saat ini fitur Tiktok Shop bertentangan dengan peraturan perdangan yang ada. Maka untuk mentaati peraturan tersebut Tiktok resmi menutup fitur Tiktok Shop pada hari Rabu 4 Oktober 2023 pukul 17.00, meskipun pada tanggal 12 Desember Tiktok Shop dibuka Kembali dengan versi yang berbeda namun keadaan ditutupnya Tiktok Shop dapat menjadi tolak ukur seberapa berpengaruhnya Tiktok Shop terhadap pedagang konvensional. Ditutupnya Tiktok Shop selama 2 bulan apakah akan memberikan dampak yang signifikan terhadap keadaan di pasar konvensional Pasar Cikajang.

Pasar tradisional memainkan peran penting dalam perekonomian daerah, terutama di daerah-daerah dengan konsentrasi pekerja yang tinggi di sektor formal maupun informal. Di Kabupaten Garut, salah satu pasar yang memiliki pengaruh besar adalah Pasar Cikajang. Pasar ini tidak hanya menjadi pusat kegiatan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi tempat di mana kebutuhan pokok masyarakat dari berbagai kecamatan sekitarnya terpenuhi. Dengan tingginya tingkat konsumsi di Pasar Cikajang, pasar ini menjadi pusat perdagangan utama bagi pedagang kecil hingga menengah, serta menjadi tempat di mana interaksi sosial dan budaya lokal terjadi.

Pasar Cikajang merupakan pasar tradisional terbesar kedua di daerah Garut. Pasar Cikajang memiliki luas wilayah sekitar 23.563 m² yang terdiri dari 1.393 kios dan 836 lapak pedagang kaki lima yang menjual berbagai kebutuhan pokok dari mulai sembako, ayam, ikan, pakaian, kosmetik, perhiasan dan masih banyak lainnya. Pasar Cikajang ini menjadi pusat perbelanjaan bagi masyarakat khususnya di daerah Garut Selatan. Ketika berbicara mengenai pasar tradisional bisa dibayangkan dengan tempat yang sibuk aktifitas jual beli di area yang kotor dan becek. Begitu juga dengan Pasar Cikajang di kabupaten Garut kian hari kian menjamur para pedagang kaki lima hingga ke tepi jalan raya ditambah parkir yang penuh dan kurang tertata menyebabkan kemacetan yang cukup parah. Begitulah keadaan sehari-hari di Pasar Cikajang menyebabkan beberapa orang enggan untuk berangkat dan belanja di Pasar Cikajang.

Keberadaan TikTok Shop telah memberikan dampak signifikan bagi pedagang pasar tradisional, terutama dalam hal penurunan jumlah pembeli yang beralih ke platform online tersebut. Dampak ini dirasakan oleh pedagang pasar dalam bentuk penurunan penjualan dan berkurangnya pelanggan. Dengan asumsi Peneliti bahwa jika TikTok Shop ditutup maka akan memberikan dampak besar juga. Penutupan TikTok Shop dapat memicu perubahan perilaku konsumen yang mungkin kembali berbelanja di pasar tradisional, yang sebelumnya teralihkan ke platform online.

Penelitian ini berusaha untuk mengungkap bagaimana penutupan TikTok Shop memengaruhi perekonomian para pedagang di Pasar Cikajang, mulai dari penurunan atau peningkatan pendapatan, perubahan jumlah pelanggan, hingga bagaimana penutupan tersebut mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan meneliti perubahan pola konsumsi masyarakat yang mungkin terjadi sebagai dampak dari hilangnya akses ke platform belanja online tersebut. Apakah konsumen akan kembali berbelanja di pasar tradisional ataukah mereka akan mencari alternatif lain dalam berbelanja, menjadi salah satu fokus penting dalam kajian ini.

penelitian ini juga akan menggali lebih dalam mengenai berbagai strategi adaptasi yang telah dan akan dilakukan oleh para pedagang konvensional untuk

menghadapi tantangan pasca-penutupan TikTok Shop. Apakah mereka mencoba mengembangkan cara-cara baru untuk menarik konsumen kembali ke pasar, atau justru mencari cara untuk memasuki pasar digital melalui platform lain, akan menjadi bagian dari analisis yang dilakukan. Tidak hanya berhenti pada analisis, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam pemahaman tentang implikasi jangka panjang dari penutupan TikTok Shop bagi pedagang konvensional, serta menawarkan rekomendasi praktis yang dapat diimplementasikan oleh para pedagang dan pemerintah daerah untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional di era digital yang terus berkembang.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti terhadap dampak penutupan tiktok shop, peneliti melihat adanya indikasi peningkatan pendapatan dan jumlah pengunjung Pasar Cikajang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang mendalam mengenai peningkatan ekonomi yang dialami oleh pedagang konvensional Pasar Cikajang. Dengan demikian peneliti mengusulkan judul penelitian sebagai berikut: **Dampak Penutupan Tiktok Shop Oleh Pemerintah Terhadap Pemulihan Pedagang Konvensional Pasar Cikajang Kabupaten Garut.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pendapatan pedagang konvensional di Pasar Cikajang Garut pasca hadirnya TikTok Shop?
2. Bagaimana Dampak penutupan TikTok Shop terhadap pedagang konvensional?
3. Bagaimana Strategi Pedagang Konvensional Pasar Cikajang dalam menghadapi kondisi penutupan TikTok Shop?

C. Tujuan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan sebelumnya, maka terdapat tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pendapatan pedagang konvensional di Pasar Cikajang Garut pasca hadirnya Tiktok Shop.
2. Untuk mengetahui Dampak penutupan Tiktok Shop terhadap pendapatan para pedagang konvensional di Pasar Cikajang.
3. Untuk mengetahui startegi pedagang konvensional dalam menghadapi penutupan Tiktok Shop.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan Tujuan diatas maka manfaat Penelitian sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru untuk membantu mengembangkan ranah keilmuan sosiologi khususnya kajian tentang sosial ekonomi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sumber informasi, rujukan dan bahan referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya

2. Manfaat Praktis

Bagi masyarakat Kecamatan Cikajang penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan mengenai dampak sosial dan ekonomi pedagang konvensional pasca penutupan Tiktok Shop khususnya diPasar Cikajang Kabupaten Garut.

E. Kerangka Pemikiran

Globalisasi datang dengan memberikan perspektif dunia tanpa batas dengan memberikan inovasi baru terhadap teknologi. Begitu juga dengan hal jual beli, dengan adanya teknologi dapat membuat proses jual beli lebih mudah dan dapat dilakukan dimana saja. *Marketplace* atau *Marketplace* yang menjadi salah satu bagian dari globalisasi mengalami perkembangan selama beberapa tahun kebelakang dimana *marketplace* ini digunakan oleh masyarakat Indonesia sehingga membuka peluang usaha dan memperluas pasar.

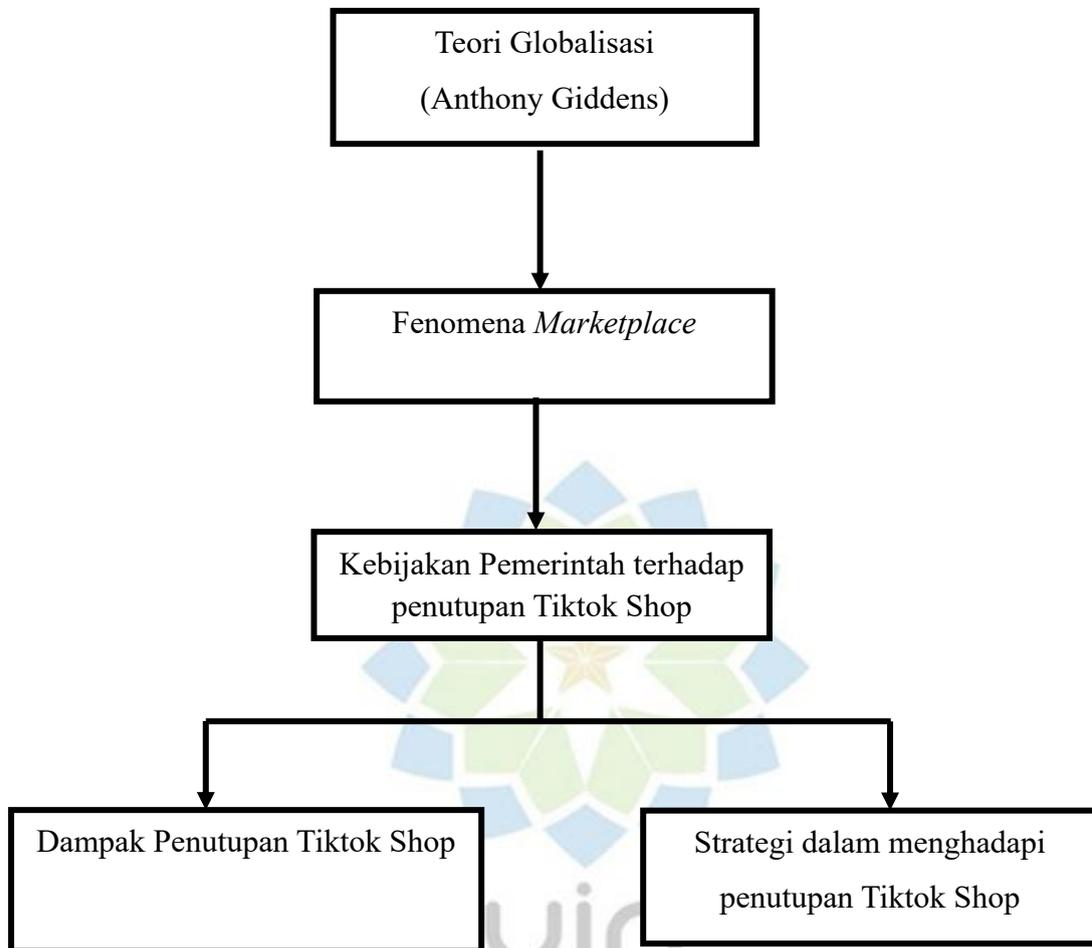
Banyak *marketplace* yang bermunculan karena melihat peluang yang sangat besar itu seperti shopee, Lazada, Tokopedia dan Tiktok Shop. Maraknya Tiktok

Shop membuat beberapa pihak yang merasa dirugikan seperti pedagang konvensional membuat keluhan terhadap pemerintah. Sehingga pemerintah meninjau Kembali kebijakan terhadap Tiktok Shop dan dari hasil peninjauan tersebut ada beberapa kebijakan yang membuat Tiktok Shop terpaksa untuk ditutup.

Penutupan Tiktok Shop diakibatkan karena adanya perubahan kebijakan pemerintah mengenai penggunaan *social commers* dan *marketplace*. Dalam perubahan kebijakan tersebut menjelaskan bahwa *social commers* dan *market place* itu tidak boleh berada dalam satu aplikasi yang sama, maka dari pembaharuan kebijakan tersebut memaksa aplikasi tiktok yang awalnya menggunakan fitur Tiktok Shop didalamnya harus dihapus. Kehadiran Tiktok Shop berpengaruh dalam penurunan penjualan pedagang konvensional hal ini juga menjadi fenomena dimana kehadiran Tiktok Shop ini disebut menjadi penyebab turunnya penjualan. Dengan dihapusnya Tiktok Shop ini apakah akan ikut berpengaruh juga dalam penjualan pedagang konvensional.

Pembahasan dalam penelitian ini mengenai dampak penutupan Tiktok Shop bagi penjualan pedagang konvensional di Pasar Cikajang kabupaten Garut. Oleh karena itu, untuk menganalisis masalah tersebut peneliti menggunakan teori globalisasi yang dikemukakan oleh Giddens. Giddens berpendapat bahwa globalisasi membentuk dunia yang semakin terhubung, di mana perubahan di satu bagian dunia dapat memiliki dampak langsung di tempat lain. Pemikiran ini memasukkan dimensi politik, ekonomi, dan sosial ke dalam pemahaman kita tentang globalisasi, dan menekankan peran individu dalam mengelola dan membentuk perubahan yang terjadi.

Giddens berpendapat bahwa globalisasi membentuk dunia yang semakin terhubung ini berarti bahwa interkoneksi antara berbagai bagian dunia semakin erat. Ketika terjadi perubahan dalam suatu bagian akan berdampak langsung bagi bagian di tempat lain. Hal ini jika dihubungkan dengan permasalahan yang sedang peneliti bahas ketika terjadi perubahan kebijakan terhadap Tiktok Shop yang harus ditutup karena adanya keterhubungan juga terhadap pedagang konvensional, maka akan berdampak langsung juga terhadap penjualan pedagang konvensional.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran