

# **Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Berita Penutupan Live TikTok Shop**

Albi Hamdani<sup>1</sup>, Nadia Rahma<sup>2</sup>, Mabarroh Aisatul Jannah<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya  
[albi.23235@mhs.unesa.ac.id](mailto:albi.23235@mhs.unesa.ac.id)

## **Abstract**

*The closure of Live TikTok has been reported everywhere. News about the closure of Live TikTok has generated a lot of controversy in the community. Various pros and cons continue to emerge in response to this problem, a solution has not yet been found because it involves various parties with different interests. The responses of the community are also very subjective with various reasons associated with personal needs or placing positions on the affected parties so that they can get a comparison to determine their attitude towards the decision to close Live TikTok that has been reported. This study aims to analyze student opinions about the closure of Live TikTok in order to provide policy recommendations to provide solutions to affected parties. This research uses a qualitative type through the reception research method by collecting responses to news about the closure of Live TikTok with a constructivism paradigm. The results showed that the closure of Live TikTok is not the most appropriate solution according to consumers because it is a revolution of the buying and selling process that utilizes technological advances. Responses tend to give rejection to the news of the decision to close Live TikTok by conveying the need for everyone's adaptation to technological advances that will continue to develop with the times unavoidably, so that readiness for adjustment is needed by each individual about technology precisely*

**Keywords:** *Live TikTok Shop; Reception analysis; News; Small and Medium Enterprise (SME)*

## **Abstrak**

Penutupan Live TikTok Shop sudah diberitakan dimanapun. Pemberitaan tentang Penutupan Live TikTok Shop banyak membuahkan kontroversi ditengah masyarakat. Berbagai pro dan kontra terus bermunculan menanggapi permasalahan ini, solusi belum juga ditemukan karena menyangkut berbagai pihak dengan kepentingan yang berbeda. Tanggapan para masyarakat juga sangat subjektif dengan berbagai alasan yang dikaitkan dengan kebutuhan pribadi atau menempatkan posisi pada pihak yang terdampak sehingga bisa mendapatkan perbandingan untuk menentukan sikap pada keputusan penutupan Live TikTok yang telah diberitakan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pendapat mahasiswa tentang penutupan Live TikTok agar dapat memberikan rekomendasi kebijakan untuk memberikan solusi kepada pihak yang terdampak. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif melalui metode penelitian resepsi dengan mengumpulkan tanggapan terhadap berita tentang penutupan Live TikTok Shop dengan paradigma konstruktivisme. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penutupan Live TikTok Shop bukan merupakan solusi yang paling tepat menurut para konsumen karena merupakan revolusi dari proses jual beli yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Tanggapan cenderung memberi penolakan terhadap berita keputusan penutupan Live TikTok Shop dengan menyampaikan keperluan adaptasi setiap orang dengan kemajuan teknologi yang akan terus berkembang seiring zaman tanpa dapat dihindari, sehingga kesiapan untuk penyesuaian diperlukan setiap individu tentang teknologi justru menjadi solusi yang akan tetap relevan di setiap kalangan juga perubahan masa serta keadaan teknologi terbaru yang beringan.

**Kata Kunci:** Live TikTok Shop; Analisis Resepsi; Berita; UMKM

## 1. Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah melewati banyak perubahan[1]. Dulu, fungsi dari teknologi informasi hanya dipakai untuk media berkomunikasi, tetapi sekarang bertumbuh menjadi sarana promosi. Mahasiswa menjadi sangat mudah mengakses semua hanya melalui handphone. Kemudahan ini memberikan dampak yg cukup besar pada sektor perekonomian. Adanya teknologi juga dapat mempermudah manusia dalam mengakses informasi dan juga [2] telah mengubah cara dan pola hidup mahasiswa dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Cara dan pola hidup Mahasiswa berubah karena mengikuti tren yang sedang terjadi. Salah satu perubahan yang terjadi di masa kini yaitu kemunculan *online shop*[3]. Belanja *online* merupakan kegiatan pembelian barang dan jasa melalui media internet, dimana seorang pembeli bisa melihat terlebih dahulu barang dan jasa yang hendak mereka beli melalui web yang dipromosikan oleh penjual. Belanja *online* juga dinilai sebagai cara membeli atau mendapatkan suatu barang yang lebih efektif terhadap waktu dan mudah diakses hanya dengan melalui internet.

Pada era digital yang terjadi saat ini, generasi muda sekarang sangat suka sekali dengan berbelanja *online*. Menurut mereka berbelanja merupakan kepuasan tersendiri. Penggunaan situs media *online*[4] banyak dimanfaatkan oleh para pemilik akun untuk lebih memudahkan dalam proses transaksi *online*. Jika dahulu belanja dilakukan secara tradisional dimana kedua belah pihak saling bertemu satu sama lain untuk melihat barang yang dijual belikan di pasar-pasar tradisional dan membutuhkan banyak waktu, maka sekarang belanja bisa dengan mudah hanya menggunakan gadget. Kita tinggal memilih barang apa yang kita inginkan, maka barang tersebut akan datang kerumah tanpa kita keluar rumah.

Kecanggihan teknologi saat ini sangat memudahkan kita untuk berbelanja secara *online*, orang-orang sudah dapat memanfaatkan media *online* dengan baik sebagai tempat berjualan dan mencari keuntungan. Selain itu belanja *online* banyak diminati karena harganya relatif lebih murah, Promo yang ditawarkan juga banyak, biasanya berupa flashsale, cashback, dan kode voucher. Belanja *online* dapat dilakukan dari rumah, karena lebih praktis[5]. Konsumen juga dapat dengan mudah memperoleh barang yang diinginkan tanpa membuang banyak waktu dan tenaga dengan hanya menggunakan gadget. Alasan inilah yang membuat konsumen lebih tertarik untuk berbelanja secara *online*.

Live TikTok Shop juga ada program afiliasi bagi semua usia dan kalangan agar bisa mendapatkan pundi-pundi rupiah. TikTok affiliate merupakan program yang dibuat oleh TikTok sebagai strategi marketing yang dapat menghubungkan creator dengan penjual atau seller dengan hanya kita mempromosikan produk atau barang yang dijual oleh seller dengan membuat konten video barang yang kita promosikan. Persyaratan daftar TikTok affiliate juga mudah, hanya dengan membuat akun TikTok Shop, lalu memiliki rekening bank yang valid, aktif menggunakan akun tersebut, maka kita bisa dengan mudah untuk mendaftar.

Akhir-akhir ini pemberitaan tentang penutupan Live TikTok Shop menjadi berita yang baru dan hangat yang ramai dibicarakan oleh warganet. Penutupan Live TikTok Shop ini bermula dari laporan para pedagang di Tanah Abang yang mengeluh bahwa mereka mengalami kerugian cukup besar karena mereka tidak bisa menyaingi harga barang yang dijual di TikTok oleh karena itu, pemerintah mulai melarang adanya Live TikTok Shop. Dari berita tersebut para konsumen merespon penutupan Live TikTok Shop dengan beragam pendapat. Ada yang setuju dengan penutupan tersebut karena mereka merasa bahwa platform ini merugikan UMKM di Indonesia. Namun, ada juga yang tidak setuju dengan penutupan tersebut karena mereka merasa bahwa Live TikTok Shop memberikan kemudahan dalam berbelanja.

Selain itu penutupan Live TikTok Shop juga mempengaruhi perilaku konsumen dan minat belanja offline mereka. Beberapa konsumen mungkin akan beralih ke platform *online* lainnya. Dari kemunculan berita penutupan Live TikTok Shop tersebut kita jadi mengetahui kalau kehadiran *Online Shop* sangat mempengaruhi Masyarakat dalam mendapatkan suatu barang secara *online*, Masyarakat yang awalnya pasif terhadap pembelian barang secara tradisional, sekarang lebih aktif berbelanja secara *online*.

## 2. Metode Penelitian

Artikel kualitatif ini menggunakan paradigma konstruktivisme di mana melihat kebenaran suatu realitas sosial sebagai hasil konstruksi sosial dan kebenaran suatu realitas sosial bersifat relatif. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis untuk mendapatkan pengembangan pemahaman yang membantu proses interpretasi suatu peristiwa, sedangkan subjek penelitian yg dipilih peneliti adalah seorang mahasiswa yang dianggap aktif dalam melakukan kegiatan bersosial media sehingga akan menghasilkan pemaknaan yang tepat dan sesuai dengan judul yang dipilih.

Fokus utama dalam studi komunikasi adalah pada bagaimana individu manusia bertindak dalam mengkomunikasikan pesan, termasuk isi pesannya. Konsep dasar dari konstruktivisme adalah bahwa setiap individu menciptakan pandangan dunia mereka sendiri melalui kerangka pikiran pribadi mereka. Konstruktivisme dalam konteks ilmu komunikasi pertama kali dikembangkan pada tahun 1970-an oleh Jesse Delia dan rekan-rekannya.

Ringkasnya, konsep konstruktivisme dalam komunikasi memiliki beberapa poin penting:

1. Komunikasi adalah tindakan yang sukarela, di mana individu memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana mereka berkomunikasi, meskipun terdapat pengaruh dari lingkungan sosial.
2. Pengetahuan dan pemahaman manusia adalah hasil dari interaksi sosial dan diekspresikan melalui bahasa, bukan sesuatu yang bersifat objektif.
3. Perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh konteks, seperti kapan, di mana, siapa yang terlibat, dan topiknya, sehingga pemahaman harus dikonstruksi sesuai dengan konteks tersebut.
4. Dunia diinterpretasikan oleh manusia melalui pemahaman mereka terhadap realitas di luar diri mereka, dan teori-teori adalah cara pandang yang digunakan untuk menginterpretasikan realitas tersebut.
5. Perilaku manusia selalu memiliki nilai-nilai yang terkait, tidak mungkin bebas dari nilai-nilai, berbeda dengan pandangan positivisme.

Tabel data Responden

Responden	Profil Responden
AA	18 tahun, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
YR	19 tahun, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
OS	18 tahun, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
SHI	19 tahun, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
NAM	18 tahun, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
JC	18 tahun, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya
ACF	18 tahun, Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya

Tabel respon dari Responden

Responden	Dominant Hegemonic Position	Negotiated Position	Oppositional Position
AA	V		
OS			X
YR			X
SHI			X
NAM			X
JC			X
YCF			X

### 3. Hasil dan Pembahasan

TikTok adalah sebuah aplikasi seluler yang fokus pada pembuatan dan berbagi video format pendek. Aplikasi ini dilengkapi dengan berbagai fitur untuk pengeditan video, seperti efek, filter, teks, dan musik. Pengguna dapat dengan mudah mengedit video, termasuk membuat gerakan lambat atau cepat. Keunggulan TikTok adalah kemudahannya, sehingga dapat digunakan oleh siapa saja. Salah satu daya tarik utama TikTok adalah penggunaan teknologi kecerdasan buatan (AI) dari Jinri Toutiao. Teknologi ini mencakup pengenalan wajah, pengenalan objek, dan render 3D. Aplikasi juga dilengkapi dengan stiker layar penuh, permainan tarian, stiker augmented reality (AR), dan koloring 3D. Pada bulan April 2021, TikTok mempunyai fitur baru yang dinamai TikTok Shop. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli langsung melalui aplikasi TikTok.

Platform *online* ini memberikan peluang besar bagi mereka yang ingin berbisnis. TikTok menjadi salah satu platform yang sedang digemari masyarakat karena memberikan peluang besar bagi mereka yang ingin berbisnis saat ini. [6] Sebagai salah satu media sosial, TikTok awalnya dikenal sebagai platform jejaring sosial streaming langsung dengan fokus pada berbagi musik, namun sekarang juga memungkinkan pengguna untuk berbagi tarian pendek, komedi, dan bakat lainnya dalam video pendek. Mayoritas pengguna TikTok adalah remaja dan dewasa muda, dengan sebagian besar berusia antara 16 dan 24 tahun. Mereka menghabiskan rata-rata 52 menit per hari di aplikasi ini.

Pada tahun 2022, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia setelah Amerika Serikat. TikTok memberikan pengalaman menonton video yang lebih hemat waktu dan energi dibandingkan YouTube karena memungkinkan pengguna untuk langsung menonton video favorit mereka tanpa harus memilih dari banyak pilihan. TikTok Shop juga mudah dimengerti dan kompleks cara menggunakannya sehingga langsung dapat dimengerti oleh penggunanya. [1] TikTok dan Douyin juga menjadi platform yang menarik bagi kaum muda untuk mengekspresikan diri, mengisi waktu luang, dan mendapatkan informasi.

#### Penutupan Live TikTok Shop

Kabar penutupan live TikTok yang digunakan untuk berjualan *online* kini telah menyebar. Keputusan ini diambil oleh pemerintah karena Live TikTok Shop dinilai menurunkan keuntungan

UMKM yang belum mampu untuk menggunakan media *online* sebagai salah satu wadah untuk berjualan. Pengaruh dari protes pemilik UMKM atau bahkan masyarakat yang merasa bersimpati dengan UMKM yang mengalami penurunan penghasilan karena kemunculan Live TikTok Shop. Tentunya berbagai pihak memiliki pendapat atau tanggapan yang berbeda tentang penutupan tersebut.

Hal ini mahasiswa menjadi salah satu konsumen atau pengguna media sosial seperti TikTok yang memiliki jumlah besar, Mahasiswa saat ini tentu tidak akan jauh dari pemanfaatan kemajuan teknologi, seperti contoh mereka mendapatkan kesempatan untuk belajar secara *online* juga hal lain yang berkaitan dengan perkembangan teknologi. Sebagian dari mereka menjadi penikmat dari layanan berbelanja *online* ini, mahasiswa sudah terbiasa untuk menggunakan teknologi yang telah ada, mereka yang cenderung ingin mendapat kemudahan hasil dari kemajuan teknologi saat ini sangat terbantu dengan adanya cara berbelanja *online* yang mudah dan efisien.

Pendapat dari mereka yang sering berbelanja *online* tentu cenderung untuk menolak penutupan Live TikTok Shop yang dianggap merugikan UMKM yang tidak mampu menjangkau kemajuan teknologi, mereka beranggapan bahwa ini bukan solusi utama untuk menyelamatkan UMKM dari kerugian saat ini. Menurut beberapa mahasiswa hal itu merupakan revolusi dari proses jual beli yang baru, tidak bisa dipungkiri pula bahwa hal tersebut merupakan perkembangan media sosial e-commerce yang harus dipelajari.

Sejalan dengan itu keuntungan yang ditawarkan juga ada pada Live TikTok Shop seperti banyak penawaran diskon dan lainnya, sehingga sangat menarik minat konsumen untuk berbelanja, sedangkan jika berbelanja offline langsung datang ke tempat penjual tentu akan memerlukan usaha lebih agar sampai ke tempat penjual, harga yang ditawarkan pun biasanya tergolong lebih tinggi dari yang ditawarkan di media Live TikTok Shop. Beberapa alasan yang mengurangi ke efisienan dalam proses jual beli itulah yang menjadi alasan mengapa UMKM mengalami penurunan penjualan seiring dengan kemunculan Live TikTok Shop.

Dikala banyak persetujuan untuk mempertahankan Live TikTok Shop, sebagian mahasiswa memberi pendapat dengan setuju untuk keputusan penutupan tersebut. Mereka memposisikan diri mereka seperti para pelaku ekonomi yang saat ini terdampak, meski ditawarkan berupa keefisienan dalam berbelanja tetapi banyak pertimbangan yang akhirnya membuat sebagian mahasiswa lebih setuju agar Live TikTok Shop ditutup. Seperti halnya tentang cepatnya perkembangan teknologi saat ini jelas bahwa bukan semua orang bisa merasakan juga memanfaatkan teknologi ini, kemungkinan ini bisa tertuju pada masyarakat yang cenderung sudah lebih berumur atau orang tua yang tidak mampu mencerna kemajuan teknologi seperti para remaja atau anak anaknya.

Pendapat yang diberikan oleh sebagian mahasiswa agar Live TikTok Shop ditutup ini disandingkan dengan keadaan ataupun situasi yang terjadi saat ini. Para pedagang di Live TikTok Shop sangat beragam sehingga memungkinkan sekali untuk terjadi kecurangan yang disengaja, misalnya dengan penawaran harga murah mereka mempersuasi konsumen agar membeli barang dagangannya namun, barang yang diperlihatkan di Live berbeda dengan barang yang akan dikirim kepada konsumen, dengan kualitas yang lebih buruk sehingga merugikan para konsumen yang sudah terlanjur tergiur dengan harga murah lalu memutuskan untuk membelinya.

Hal ini sangat bergantung pada pengetahuan pengguna dalam mencerna dan tidak selalu termakan pancingan harga murah yang ditawarkan oleh penjual. Menurut sebagian mahasiswa pula beberapa orang tua pun mulai mengikuti perkembangan Live TikTok Shop ini, tetapi hal ini tidak bisa disebut sebagai kemajuan bagi mereka, malah ini menjadi bumerang yang mampu merugikan, seperti ketidaktahuan tentang iklan yang muncul di dalam TIKTOK, besar kemungkinan jika para orang tua lebih mudah terpengaruh dengan iklan hanya karena penasaran dengan apa maksud atau isi iklan tersebut, karena iklan yang ditampilkan menarik maka kemungkinan besar akan mereka kunjungi padahal tanpa disadari itu hanya sebuah penipuan untuk menguntungkan si pembuat iklan.

Sisi yang paling terpengaruh dalam isu ini adalah para pemilik UMKM yang Tengah berkembang, namun terpaksa mengalami kerugian bahkan tanpa mereka tahu apa penyebab pastinya. Berbagai keluhan,

kekesalan mereka mungkin tidak semua dapat tersampaikan kepada pihak yang berwajib, sehingga sebagian masyarakat yang sadar akan betapa krusialnya isu ini jika terus dibiarkan dan merugikan masyarakat pemilik UMKM ikut membantu dengan penolakan bentuk dari protes para pemilik UMKM yang merasa dirugikan dengan Live TikTok Shop, ini dianggap tidak sesuai sebab secara dasar seharusnya TIKTOK hanyalah media sosial yang bukan media ekonomi, diperlukan peraturan untuk mengembalikan keadaan agar kondusif sama seperti sebelum isu ini muncul, dan tidak cenderung merugikan pihak terkait. Berbagai dampak lain turut menjadi pertimbangan berprotes dalam keputusan untuk menutup Live TikTok Shop.

### **Kelebihan Dan Kekurangan TikTok Shop**

Kelebihan TikTok Shop meliputi kemudahan dalam melakukan jual beli, potensi pengembangan bisnis yang signifikan, peningkatan penjualan, dan peluang untuk menghasilkan pendapatan tambahan. Jika Anda mencari cara untuk meningkatkan bisnis e-commerce, pertimbangkanlah penggunaan TikTok Shop. Platform ini memiliki sejumlah keunggulan, seperti user-friendly, harga terjangkau, berbagai promosi yang tersedia, banyak pilihan barang, serta modal awal yang relatif rendah.

Live TikTok Shop juga dapat menyampaikan informasi yang baik. Live TikTok Shop juga menjaga privasi, menjadikan pengguna bisa berdagang dengan aman. Responden juga merasa bahwa membuat konten promosi di TikTok bermanfaat. Sederhana dan mudah dimengerti. Komunitas pengguna TikTok dapat membantu berkembang penjualan saat melakukan promosi *online* di TikTok. Berdasarkan hasil penelitian ini, Konten iklan media sosial memiliki nilai tertinggi, Anda dapat merasakan konten video iklan TikTok Shop atau TikTok bisa dibilang bagus. TikTok Shop mungkin mewakili produk aslinya Seperti halnya pada video konten promosi, informasi produk yang diberikan dari video konten tersebut dapat berupa Iklan video promosi TikTok Shop dikatakan berbeda dari iklan dan jejaring sosial lainnya.

Promosi yang ditawarkan di Live TikTok Shop sangat kekinian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti signifikansi manajemen untuk meningkatkan pendapatan dan kepercayaan pengguna, yaitu, menjaga kepercayaan pengguna dengan secara rutin menawarkan promosi dan melindungi privasi pengguna, karena kepercayaan adalah faktor kunci dalam belanja *online* di toko TikTok.

Analisis ini mencerminkan bahwa TikTok adalah inovasi dalam pemasaran digital yang dapat digunakan sebagai alat promosi sekaligus sebagai hiburan. Ini sejalan dengan temuan dari Hajriah et al. (2021), yang menyatakan bahwa sebagian besar pengguna TikTok merasakan kemudahan penggunaan aplikasi ini dan menganggapnya sebagai hiburan yang efektif untuk mengatasi kebosanan. Selain itu, penggunaan TikTok juga dapat membantu mengurangi stres, terutama selama pandemi COVID-19.

Terdapat beberapa kekurangan dalam Live TikTok Shop. Salah satunya adalah adanya konten-konten yang tidak pantas yang masih dapat diakses oleh berbagai kalangan. Selain itu, platform ini memiliki persaingan yang tidak sehat karena kurangnya peraturan yang mengatur baik penjual maupun pembeli. Ketidaksiapan barang yang diterima oleh konsumen juga merupakan masalah yang tidak dapat dihindari, dan tidak ada jaminan untuk pengembalian barang karena pembelian tidak dilengkapi dengan asuransi. Berdasarkan kekurangan-kekurangan ini, dapat disimpulkan bahwa penggunaan TikTok Shop membawa ketidakpastian terkait kualitas barang, jaminan, dan proses pembayaran.

### **Alasan Pemerintah Menutup TikTok Shop**

Presiden Jokowi mengatakan proses transaksi jual beli melalui media sosial membuat anjaknya pembeli produk UMKM. Larangan atau penutupan ini bertujuan untuk memayungi para UMKM karena kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) mencapai 60,51 persen dengan nilai transaksi sebesar Rp. 9.580 triliun social commerce mengganggu kedaulatan data Indonesia. Ia mengaku pemerintah khawatir data yang disetor ke media sosial akan disalahgunakan. Hal itu dikhawatirkan akan berlanjut ke usaha digital lain seperti pinjaman *online*.

Sementara itu, Menteri Perdagangan Zulkifli Hasan memastikan akan merevisi Permendag nomor 50 tahun 2020 berkaitan e-commerce. Pemerintah akan memisahkan social commerce menjadi e-commerce murni dan media sosial. Pemerintah akan langsung melakukan penindakan apabila masih ada social commerce yang melakukan transaksi jual beli.

### **Dampak Positif Apabila Live TikTokshop Ditutup**

Meskipun Live TikTok Shop sudah mendapatkan popularitas dikenal banyak orang dan menghasilkan pendapatan bagi beberapa pebisnis, akan tetapi, Live TikTok Shop juga memiliki dampak positif apabila ditutup[7].

Dampak positif tersebut antara lain:

#### **• Berkurangnya Persaingan Untuk Pedagang Pedagang Kecil**

Kehadiran Live TikTok Shop dan platform e-commerce lainnya dapat meningkatkan persaingan bagi pedagang pedagang kecil yang tidak bisa menggunakan gadget, terutama bagi yang masih mengandalkan toko tradisional sebagai tempat mereka berjualan. Dengan adanya penutupan Live TikTok Shop ini mengurangi persaingan bagi mereka yang memiliki usaha kecil kecil an untuk tetap bertahan dan berkembang di pasar.

#### **• Pasar Lokal Lebih Sedikit Tekanan**

Munculnya platform e-commerce seperti Live TikTok Shop dikaitkan dengan penurunan penjualan kelas menengah (UMKM). E-commerce telah bertumbuh dengan sangat cepat disebabkan oleh banyaknya keuntungan yang didapat. [8]Hal ini dikarenakan para konsumen sudah banyak yang beralih ke belanja *online*. Tentu saja hal ini sangat berdampak pada perekonomian bagi pedagang pedagang di pasar lokal. Dengan adanya penutupan Live TikTok Shop ini dapat membantu meringankan tekanan pedagang pedagang kecil dan mendukung bisnis lokal.

#### **• Mengurangi Resiko Penipuan Belanja *Online***

Platform belanja *online*, termasuk Live TikTok Shop sering dikaitkan dengan berbagai resiko seperti penipuan dan produk yang dikirim tidak sesuai. Dengan menutup Live TikTok Shop, konsumen akan lebih sedikit terkena resiko ini, dan akan menciptakan lingkungan *online* lebih aman.

#### **• Berkurangnya Ketergiuran Tren Di TikTok**

Seperti yang sudah kita ketahui, banyaknya iklan iklan skincare di TikTok membuat kita para mahasiswa akan mudah tergiur oleh iklan iklan tersebut, padahal kecocokan skincare untuk wajah kita itu berbeda beda, karena tidak semua kulit wajah kita memiliki tipe yang sama. Dengan adanya penutupan Live TikTok Shop Ini membantu kita mahasiswa untuk tidak mudah tergiur oleh iklan iklan yang ada.

#### **• Peningkatan Fokus Media Sosial TikTok Sebagai Alat Komunikasi**

TikTok awalnya dirancang sebagai platform video pendek untuk hiburan, bukan sebagai platform berjualan. Dengan menutup Live TikTok Shop, fokus kita dapat Kembali ke tujuan aslinya, tidak terdapat gangguan gangguan promosi barang belanja *online*.

#### **• Kurangnya Pemahaman Tentang Produk Berbasis Misteri**

Live TikTok Shop sudah pernah dikritik tentang penjualan reseller berdasarkan kejutan, seperti kotak misteri. Jenis produk yang dipromosikan ini membuat konsumen tertarik dan ketagihan untuk membeli, padahal produk yang datang biasanya tidak memberikan nilai nyata pada konsumen. Dengan adanya penutupan Live TikTok Shop, membuat konsumen dapat memilih barang lebih sadar, terinformasi dan [9]mengantisipasi kekurangan yang ada di TikTok shop sehingga tidak

menimbulkan kerugian.

Fadhillah & Ediyono (2023), menyatakan sebagian besar penonton mampir menonton Live TikTok Shop karena muncul saat mereka scroll FYP TikTok. Scroll FYP TikTok adalah kegiatan menonton video yang ada di TikTok satu demi satu dengan menggulirkan layar ke atas. Beberapa siaran langsung muncul dan kemudian pengguna menonton siaran langsung yang menurutnya menarik. Di Live TikTok Shop ini, penyiar langsung (host) dapat menawarkan produknya. Produk yang ditawarkan biasanya ada pada keranjang kuning yang dapat penonton lihat untuk mengetahui harga dan spesifikasi produk yang dijual. Selagi penonton melihat-lihat produk, biasanya host akan mempromosikan produknya saat siaran langsung tersebut.

Kombinasi audio-visual serta kemudahan berbelanja ini membuat penonton antusias mengikuti live tersebut. Biasanya, Live TikTok Shop menawarkan harga jauh lebih murah dibanding harga pasaran. Kualitas produk yang ditawarkan pun tidak jauh. Maka dari itu Live TikTok Shop [10] semakin hari semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan,

Penutupan Live TikTok Shop juga akan berdampak pada masyarakat yang menggunakan platform tersebut sebagai sarana untuk membeli dan menjual produk. Namun, penutupan ini juga dapat menjadi titik awal untuk mencari alternatif platform live streaming dan e-commerce lainnya yang dapat digunakan masyarakat. Selain itu, penutupan Live TikTok Shop juga dapat memperkuat persaingan di pasar e-commerce dan mendorong pengembangan platform yang lebih inovatif dan efektif.

### **Alternatif Mahasiswa Setelah Penutupan Live TikTok Shop**

Penutupan Live TikTok Shop belakangan ini sedang ramai dibicarakan, karena Live TikTok Shop memang menjadi platform paling diminati para reseller. Live TikTok Shop juga menjual produk produk luar negeri dengan harga yang lebih murah ketimbang produk yang dihasilkan UMKM dalam negeri. Akibatnya, UMKM dalam negeri kesulitan untuk menyaingi dan akan mengancam kelangsungan usaha mereka. Protes ini kemudian diterima oleh pemerintah, pemerintah akan menerapkan kebijakan dengan mengatur kegiatan jual beli *online* di media sosial agar UMKM dalam negeri terlindungi dan tidak hilang.

UMKM berperan penting sebagai sektor potensial dan menjaga stabilitas perekonomian. Secara keseluruhan, UKM sangat terlibat dalam angkatan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM dikenal dengan singkatan dari Usaha Mikro Kecil Menengah [11]. Namun jika dilihat dari sudut pandang dan definisi yang berbeda, UMKM mempunyai arti yang jauh lebih luas. Bagi badan ekonomi, UMKM adalah suatu usaha atau badan usaha yang dijalankan oleh perorangan, rumah tangga, atau usaha kecil.

Menurut pakar ekonomi senior, Associate Professor. Di Primiana, UMKM merupakan kegiatan usaha skala kecil yang mendorong pembangunan dan perekonomian Indonesia. Di sisi lain, Bapak Kwartono Adi menjelaskan lebih spesifik mengenai pengertian UMKM, yaitu suatu usaha yang keuntungannya tidak melebihi 200 juta USD menurut perhitungan keuntungan tahunan. Suatu usaha atau badan usaha dapat memenuhi syarat sebagai UMKM apabila memenuhi kriteria usaha mikro. Menurut Peraturan Perundang-undangan Nomor 20 Tahun 2008, UMKM dibedakan berdasarkan masing-masing jenis usaha, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah.

Setelah penutupan Live TikTok Shop ini, mahasiswa dapat mencari alternatif platform e-commerce lainnya seperti shopee, Lazada, dan Tokopedia untuk berbelanja *online* [12]. Selain itu, mahasiswa juga dapat mengembangkan bisnis mereka di platform tersebut dengan melakukan live streaming, seperti salah satu contoh platform yang sudah banyak orang ketahui, yaitu Shopee, platform shopee tersebut sering memberi diskon potongan belanja di tanggal dan bulan yang kembar, seperti 9.9,



10.10 dan seterusnya. Diskon harga merupakan tindakan mengurangi harga suatu produk dari harga normalnya untuk jangka waktu tertentu, bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan.

Diskon harga adalah salah satu faktor yang signifikan bagi konsumen saat mereka mempertimbangkan pembelian produk. Konsumen cenderung merasa senang dan tertarik untuk membeli produk yang mendapatkan potongan harga sehingga harganya lebih murah daripada harga normalnya. Oleh karena itu, terutama dalam konteks pelajar atau mahasiswa, penting untuk mempertimbangkan dengan matang saat memutuskan untuk berbelanja di toko *online* yang menawarkan harga lebih tinggi daripada yang sedang mengadakan diskon.

Platform seperti Shopee juga setiap malam pukul 20.00 WIB akan memberi diskon potongan 50% jika kita menonton live streaming di Shopee. Namun, potongan tersebut dibatasi hanya 99% orang tercepat yang mendapatkannya [13]. Setiap tanggal 25, Shopee juga sering memberikan banyak diskon, walaupun tidak sebanyak potongan harga yang diberikan saat tanggal dan bulan kembar [14]. Akan tetapi, potongan potongan yang diberikan Shopee tersebut, akan sangat menguntungkan bagi kita mahasiswa yang merantau dan ngekos karena dari potongan potongan tersebut kita bisa menghemat pengeluaran. Harga yang ditawarkan juga relatif lebih murah daripada toko offline store lainnya.

#### **4. Kesimpulan**

Live TikTok Shop dinilai menurunkan keuntungan UMKM yang belum mampu untuk menggunakan media *online* sebagai salah satu wadah untuk berjualan. Dalam hal ini mahasiswa menjadi salah satu konsumen atau pengguna media sosial seperti TIKTOK yang memiliki jumlah besar, Mahasiswa saat ini tentu tidak akan jauh dari pemanfaatan kemajuan teknologi, seperti contoh mereka mendapatkan kesempatan untuk belajar secara *online* juga hal lain yang berkaitan dengan perkembangan teknologi.

Sebagian dari mereka menjadi penikmat dari layanan berbelanja *online* ini, mahasiswa sudah terbiasa untuk menggunakan teknologi yang telah ada, mereka yang cenderung ingin mendapat kemudahan hasil dari kemajuan teknologi saat ini sangat terbantu dengan adanya cara berbelanja *online* yang mudah dan efisien. Pendapat dari mereka yang sering berbelanja *online* tentu cenderung untuk menolak penutupan Live TikTok Shop yang dianggap merugikan UMKM yang tidak mampu menjangkau kemajuan teknologi, mereka beranggapan bahwa ini bukan solusi utama untuk menyelamatkan UMKM dari kerugian saat ini.

Sejalan dengan itu keuntungan yang ditawarkan juga ada pada Live TikTok Shop seperti banyak penawaran diskon dan lainnya, sehingga sangat menarik minat konsumen untuk berbelanja, sedangkan jika berbelanja offline langsung datang ke tempat penjual tentu akan memerlukan usaha lebih agar sampai ke tempat penjual, harga yang ditawarkan pun biasanya tergolong lebih tinggi dari yang ditawarkan di media Live TikTok Shop. Protes ini kemudian diterima oleh pemerintah, pemerintah akan menerapkan kebijakan dengan mengatur kegiatan jual beli *online* di media sosial agar UMKM dalam negeri terlindungi dan tidak hilang.

## Daftar Pustaka

- [1] A. N. Sa'adah, A. Rosma, and D. Aulia, "Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur TikTok Shop Pada Aplikasi TikTok," *Transekonomika Akuntansi, Bisnis dan Keuang.*, vol. 2, no. 5, pp. 131–140, 2022, doi: 10.55047/transekonomika.v2i5.176.
- [2] N. I. Ariyani and O. Nurcahyono, "Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial," *J. Anal. Sociol.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–12, 2018, doi: 10.20961/jas.v3i1.17442.
- [3] M. D. Darullah and R. Tanamal, "Faktor yang Paling Mempengaruhi Keputusan dalam Menggunakan TikTok Shop," *J. Econ. Manag. ...*, vol. 6, no. 2, pp. 166–175, 2023.
- [4] N. E. Helwig, S. Hong, and E. T. Hsiao-wecksler, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title," pp. 1–4.
- [5] N. R. Fadhillah and S. Ediyono, "Perilaku Konsumtif Oleh Masyarakat Konsumsi Dalam Perspektif Teori Jean Baudrillard [Studi Kasus : TikTok Shop]," *Mark. J.*, vol. 1, no. 1, pp. 39–43, 2023.
- [6] A. Supriyanto, I. F. Chikmah, K. Salma, and A. W. Tamara, "Penjualan Melalui TikTok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?," *Bus. Sci. J. Bus. Entrep.*, vol. 1, pp. 1–16, 2023.
- [7] W. S. Ulfa, P. E. Islam, U. N. Surabaya, K. Fikriyah, P. E. Islam, and U. N. Surabaya, "Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen muslim di TikTok shop," *J. Ekon. dan Bisnis Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 106–118, 2022.
- [8] H. Hermawan, "Sikap Konsumen Terhadap Belanja *Online*," *WACANA, J. Ilm. Ilmu Komun.*, vol. 16, no. 1, p. 136, 2017, doi: 10.32509/wacana.v16i1.6.
- [9] M. Fahmi and M. Riski, "Analisis Faktor Internal Pada TikTok Shop," *J. Ekon. dan Bisnis*, vol. 3, no. 01, pp. 58–65, 2022.
- [10] D. A. Harahap, "Perilaku Belanja *Online* Di Indonesia: Studi Kasus," *JRMSI - J. Ris. Manaj. Sains Indones.*, vol. 9, no. 2, pp. 193–213, 2018, doi: 10.21009/jrmsi.009.2.02.
- [11] K. Sedyastuti, "Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global," *INOBIS J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 2, no. 1, pp. 117–127, 2018, doi: 10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65.
- [12] H. Juliana, "Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi TikTok Shop," *SINOMIKA J. Publ. Ilm. Bid. Ekon. dan Akunt.*, vol. 1, no. 6, pp. 1517–1538, 2023, doi: 10.54443/sinomika.v1i6.754.
- [13] D. Ika Sugiarti and R. Iskandar, "Pengaruh Consumer Review Terhadap Keputusan Pembeli Terhadap Toko *Online* Shopee," *J. Sos. Teknol.*, vol. 1, no. 9, pp. 954–962, 2021, doi: 10.59188/journalsostech.v1i9.195.
- [14] E. Wijaya and Warnadi, "Factors Affecting *Online* Purchase Decisions at Shopee: Effect of E-Comerce," *J. Ilm. Manaj.*, vol. 7, no. 2, pp. 152–164, 2019, [Online]. Available: <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>