

Faktor-Faktor Pembentuk Opini Pelaku UMKM Terhadap Kebijakan Pemerintah Mengenai Penutupan dan Pembukaan kembali Platform Social Commerce TikTok Shop

¹Gallen Arya Satya

Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

email korespondensi: gallenarya@gmail.com

Abstract

This study aims to describe the perspectives of MSME actors in Kupang Gunung Jaya, Surabaya, on government policies concerning the closure and reopening of the TikTok Shop social commerce platform. Using a descriptive qualitative approach, data collection is conducted through in-depth interviews and observations. The data analysis employs an interactive model, involving data reduction, data presentation, and drawing conclusions. This research utilizes the Spiral of Silence theory to comprehend how public and MSME opinions are shaped and influenced by government policies.

The results of the study show that there are diverse opinions among MSME actors regarding the closure and reopening of TikTok Shop. Some support the closure as it is seen as protecting local MSMEs, while others oppose it because TikTok Shop is considered to provide convenience in the shopping process and affects consumer behavior and their interest in shopping offline. Factors influencing these opinions include economic impact, accessibility, and adaptation to changes in social commerce platforms.

Keywords: MSME Opinions, Government Policy, TikTok Shop

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan pandangan pelaku UMKM di Kupang Gunung Jaya, Surabaya, terhadap kebijakan pemerintah tentang penutupan dan pembukaan kembali platform sosial commerce TikTok Shop. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori Spiral of Silence digunakan dalam penelitian ini untuk memahami bagaimana opini masyarakat dan UMKM terbentuk dan dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beragam opini di kalangan pelaku UMKM mengenai penutupan dan pembukaan kembali TikTok Shop. Sebagian orang mendukung penutupan karena dianggap melindungi UMKM lokal, sedangkan yang lain menentang karena TikTok Shop dinilai memudahkan proses berbelanja dan mempengaruhi perilaku serta minat konsumen untuk berbelanja secara offline. Faktor-faktor yang mempengaruhi opini ini termasuk dampak ekonomi, aksesibilitas, dan adaptasi terhadap perubahan platform sosial commerce.

Tiga Kata Kunci: Opini UMKM, Kebijakan Pemerintah, TikTok Shop

Pendahuluan

Perekembangan media social mempengaruhi komunikasi menjadi alat promosi yang memudahkan akses informasi dan mempengaruhi pola hidup dengan munculnya tren belanja online yang populer, terutama di kalangan generasi muda. Teknologi canggih mendukung penjualan online dengan kenyamanan belanja dari rumah, contohnya Live Tiktok Shop, memfasilitasi penghasilan melalui afiliasi produk dalam video.

Tiktok Shop menonjol dalam social commerce dengan perhatian pada privasi, keamanan, dan kepercayaan konsumen. Tiktok Shop berkontribusi signifikan terhadap ekonomi Indonesia melalui pertumbuhan E-commerce, meningkatkan transaksi non – tunai, dan memanfaatkan potensi generasi muda dalam era industry.

Sektor UMKM berkontribusi signifikan terhadap PDB, mencapai 60,51% dengan total transaksi Rp 9.580 triliun. Tiktok Shop ditutup karena masalah izin operasional, meskipun terdaftar sebagai LPSE namun tidak memiliki izin PMSE untuk transaksi jual-beli langsung. Pemerintah melarang Tiktok Shop, mendapat respon beragam dari UMKM dan konsumen.

Kesya menyatakan bahwa penutupan tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap penjualannya. Sebaliknya, Desi merasa dampaknya besar karena kehilangan akses ke promosi dan harga murah. Pedagang di Pasar Tanah Abang mendukung larangan social commerce seperti Tiktok Shop karena mengganggu harga pasar produk UMKM. Riya berharap Tiktok Shop hanya digunakan sebagai media hiburan, bukan platform jual-beli, dan menyoroti perlunya regulasi ketat untuk melindungi UMKM dari dampak harga produk impor.

Penutupan Toko Tiktok di Kawasan Kupang Gunung Jaya, Surabaya, memicu beragam tanggapan di kalangan pedagang setempat. Kawasan ini terdiri dari enam kelurahan di Kecamatan Sahawahan, Surabaya, dikenal dengan berbagai fasilitas umum dan sosialnya, termasuk Gang Dolly. Gang Dolly, di lokalisasi terbesar di Asia Tenggara, tutup Sembilan tahun lalu mengubah kondisi local dengan Sebagian besar warga beralih ke UMKM seperti penjualan baju dan perabotan rumah tangga.

Pedagang di wilayah Kupang Gunung Jaya memiliki respon yang beragam terhadap penutupan Tiktok Shop. Emi, yang menjual perabotan rumah tangga, tidak setuju karena mengandalkan penjualan online di platform tersebut. Di sisi lain, Rini, pedagang baju, mendukung keputusan pemerintah karena harga produk Tiktok Shop dianggap terlalu murah, merugikan pedagang offline. Diskusi tentang pendapat mencerminkan keberadaan isu-isu kontroversial yang memunculkan berbagai pandangan.

Teori Spiral of Silence menyoroti bagaimana kekhawatiran akan isolasi sosial dapat mempengaruhi seseorang dalam menyatakan pendapatnya secara terbuka terhadap opini publik. Teori Spiral of Silence kontroversial dengan konsep yang tidak jelas, masih mempengaruhi pemikiran meskipun beberapa penelitian menolaknya.

Perubahan media menantang relevansi teori ini, dengan opini tersebar tidak hanya di dunia nyata tetapi juga dalam lingkungan virtual. Penutupan Tiktok Shop oleh pemerintah dapat melindungi UMKM di Kupang Gunung Jaya, tetapi menuai respons positif dan negatif dari masyarakat terkait keputusan tersebut. Perbedaan usia, latar belakang, kondisi ekonomi, dan budaya memengaruhi interpretasi berita media sosial terkait fenomena Tiktok Shop sebagai social commerce yang dilarang.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah, yaitu: bagaimana pandangan para pelaku UMKM di wilayah Kupang Gunung Jaya mengenai penutupan TikTok Shop oleh pemerintah, bagaimana tanggapan mereka terhadap pembukaan kembali TikTok Shop, dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi opini mereka terhadap penutupan dan pembukaan kembali platform tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan serta mendeskripsikan pandangan pelaku UMKM di Kupang Gunung Jaya, Surabaya, terhadap penutupan dan pembukaan kembali social commerce TikTok Shop oleh pemerintah.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk memahami masalah dengan eksplorasi langsung ke objek penelitian dan mengumpulkan data melalui teknik triangulasi sumber. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami opini UMKM terkait penutupan dan pembukaan kembali social commerce oleh pemerintah dengan cara wawancara mendalam kepada informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam semi terstruktur. Informan yang diwawancarai adalah pelaku UMKM di wilayah Kupang Gunung Jaya yang telah menjalankan usahanya selama 5 tahun dan memiliki pengalaman berjualan online melalui platform seperti Tiktok Shop. Wawancara semi terstruktur memungkinkan pewawancara untuk menyesuaikan pertanyaan sesuai situasi dan respons informan, sehingga data yang diperoleh lebih mendalam dan relevan.

Dalam wawancara semi terstruktur, pewawancara memiliki panduan wawancara namun tidak terikat secara kaku pada pertanyaan yang telah disusun. Pewawancara dapat menyesuaikan urutan, formulasi, atau menambahkan pertanyaan berdasarkan situasi dan respons informan. Pendekatan ini dipilih karena pertanyaan terbuka memungkinkan informan merespons berdasarkan pemahaman dan pengalaman mereka, sehingga informasi yang diperoleh lebih mendalam dan interaktif. Analisis data dalam penelitian ini bersifat induktif, mengikuti model Miles dan Huberman (1948) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dicatat dalam catatan lapangan, kemudian diorganisasikan ke dalam kategori untuk memudahkan penarikan kesimpulan. Data dianalisis secara sistematis dengan mengelompokkan hal-hal serupa ke dalam kategori atau kelompok-kelompok. Pada tahap akhir, peneliti membandingkan data yang diperoleh dengan hasil wawancara untuk menarik kesimpulan. Proses ini melibatkan pengecekan ulang data untuk memastikan keakuratannya. Dengan demikian, hipotesis yang dibangun dari data tersebut dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil analisis yang dilakukan.

Hasil dan Pembahasan

Objek Penelitian melibatkan lima UMKM sebagai informan setelah peninjauan 18 UMKM di Kupang Gunung Jaya. Objek penelitian adalah opini terkait penutupan dan pembukaan kembali TikTok Shop di wilayah tersebut, dengan fokus pada karakteristik dan nilai yang relevan bagi peneliti. Gambaran wilayah Kelurahan Putat Jaya, di Kota Surabaya, Kecamatan Sawahan, dengan 15 RW dan 114 RT, serta total populasi 42.377 jiwa. Mayoritas penduduk Kupang Gunung Jaya, Surabaya, berusia 19-65 tahun, bekerja sebagai karyawan swasta seperti staff teknis, administrasi, dan akuntan. Ada pula yang bekerja sebagai supir,

guru, dan anggota TNI. Banyak juga yang berwirausaha, termasuk menjalankan toko online seperti penjualan pakaian, perhiasan, aksesoris, bahan baso aci, properti, dan skincare. Mereka memanfaatkan media sosial untuk promosi dan beberapa menjadi reseller.

Data akan dikumpulkan melalui wawancara menggunakan pedoman pertanyaan yang disusun peneliti, sehingga informasi yang didapatkan tetap relevan dengan fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan wawancara sebagai metode utama untuk mengumpulkan data dari beberapa informan, yaitu Kezia, Ula, Slyvia Martha, Ellora, dan Viarti. Peneliti pertama-tama mengamati lokasi yang menjadi sumber informasi sebelum melakukan wawancara. Berikut adalah ringkasan temuan yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi tersebut. Penutupan TikTok Shop oleh pemerintah Indonesia pada tahun 2023 menjadi sorotan utama dalam e-commerce setelah pandemi COVID-19. TikTok Shop awalnya menawarkan pengalaman interaktif yang menggiurkan untuk memfasilitasi jual-beli secara online. Namun, pada akhir tahun tersebut, TikTok Shop menghadapi penutupan resmi setelah larangan transaksi social commerce diumumkan dalam Rapat Terbatas oleh Presiden Joko Widodo di Jakarta pada akhir September. Penutupan ini dilakukan karena TikTok Shop diduga melanggar regulasi social commerce yang berlaku di Indonesia dengan menjual produk di bawah harga pasar. Dampak penutupan TikTok Shop dirasakan oleh UMKM lokal, yang merasa terganggu karena sulit bersaing dengan harga produk yang sangat murah di platform ini. Informan Ula, pemilik bisnis kosmetik, menyatakan kekecewaannya atas kebijakan ini karena TikTok Shop memberikan kesempatan bagi reseller baru untuk memasarkan produk mereka dan menambah peluang pekerjaan. Meskipun beralih ke platform lain seperti Shopee, Ula masih menggunakan TikTok hanya untuk konten. Perspektif lain dari Direktur IDEAS, Yusuf Wibisono, menyatakan bahwa kebijakan pemerintah ini mungkin tidak efektif dalam melindungi UMKM karena bertentangan dengan perkembangan teknologi yang tidak bisa dihentikan.

Hal ini mengindikasikan bahwa regulasi yang tepat perlu diatur untuk mengimbangi perkembangan e-commerce. Kezia, informan lainnya, juga merasakan ketidaknyamanan dan kekecewaan terhadap kebijakan ini karena tidak memiliki banyak pilihan selain mengikuti peraturan yang telah ditetapkan. Meskipun pemerintah berupaya melindungi UMKM dengan mengeluarkan peraturan seperti Permendag Nomor 31 Tahun 2023, yang mengatur social commerce di Indonesia, tetapi penutupan TikTok Shop secara tiba-tiba menimbulkan dampak negatif bagi bisnis mereka. Ellora, sebagai informan ketiga, menyatakan kejutannya terhadap penutupan TikTok Shop yang mendadak, terutama karena pada saat itu akunnya sedang banyak menerima orderan. Hal ini menunjukkan bahwa penutupan ini tidak hanya mengganggu bisnis, tetapi juga kepercayaan dan ekspektasi pedagang terhadap stabilitas platform. Slyvia Martha, informan keempat, menyampaikan kejangkelannya atas hilangnya omset yang dia dapatkan dari TikTok Shop.

Dia merasakan langsung dampak dari penutupan ini terhadap pendapatannya. Viarti, informan terakhir, menggunakan TikTok Shop karena platform ini memungkinkan dia menawarkan harga yang lebih terjangkau kepada pelanggannya. Namun, dia merasa kecewa dengan penutupan ini karena mengganggu strategi penjualannya. Penutupan TikTok Shop juga menunjukkan perbedaan signifikan dalam strategi harga dan subsidi yang diberikan oleh TikTok Shop untuk menarik lebih banyak pengguna. Platform ini mampu bersaing dengan strategi subsidi yang besar, namun menghadapi akibat dari penutupan.

Dalam kesimpulan, penelitian ini menyoroti bagaimana kebijakan pemerintah dalam mengatur social commerce dapat mempengaruhi UMKM dan respons dari pelaku bisnis kecil terhadap perubahan tersebut. Setelah berhenti beroperasi sejak 4 Oktober 2023, TikTok Shop kini kembali beroperasi di Indonesia dengan berkolaborasi bersama PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk. TikTok Shop kini diintegrasikan di bawah payung Tokopedia, dengan TikTok

mengendalikan fitur belanja dalam aplikasi TikTok di Indonesia melalui platform Tokopedia. Tujuan dari pembukaan kembali TikTok Shop adalah untuk memperkuat ekonomi digital Indonesia, khususnya dengan fokus pada pemberdayaan UMKM nasional dan perluasan pasar. Respon dari para pelaku UMKM di wilayah Kupang Gunung Jaya, seperti yang diungkapkan oleh Ellora, menunjukkan antusiasme yang besar terhadap pembukaan kembali TikTok Shop. Ellora menyatakan bahwa pembukaan kembali platform tersebut memberikan kesempatan bagi para reseller untuk mengembangkan bisnisnya kembali. Ia melihat adanya peluang untuk menyusun strategi yang lebih baik untuk mengantisipasi perubahan di pasar. Kemitraan antara TikTok Shop dan Tokopedia diharapkan memberikan manfaat signifikan bagi para penjual, seperti yang disampaikan oleh Sylvia Martha dan Kezia.

Mereka menyambut baik langkah pemerintah ini karena kemitraan ini tidak hanya memastikan keamanan dan efektivitas platform, tetapi juga membawa fitur baru seperti fitur live yang memudahkan proses penjualan. Hal ini membantu memulihkan omzet yang sempat terganggu sebelumnya dan meningkatkan pendapatan mereka. Namun, tidak semua pelaku UMKM merespons positif terhadap pembukaan kembali TikTok Shop. Ula, misalnya, merasa keberatan dengan kehadiran kembali platform ini karena pengalaman sebelumnya di TikTok Shop telah menurunkan minat belanja online melalui platform yang sudah mapan seperti Shopee. Pengaruh media terhadap kebijakan pemerintah dan opini publik, yang dipelajari oleh Elizabeth Noelle-Neumann dalam *Spiral of Silence Theory* (1930-1940), menunjukkan bahwa individu yang merasa sebagai minoritas cenderung diam, sementara mayoritas cenderung lebih berani menyuarakan pendapatnya.

Teori ini juga menyoroti upaya menghindari hukuman sosial dan isolasi dengan mengamati pendapat sekitar sebelum mengungkapkan ide. Dalam konteks UMKM terkait penutupan dan pembukaan kembali TikTok Shop, teori ini menunjukkan bahwa beberapa UMKM mungkin diam karena ketidakpastian atau kekhawatiran tentang reaksi dan keputusan yang harus mereka ambil terkait platform tersebut. Namun, penting untuk dicatat bahwa teori *Spiral of Silence* tidak selalu tepat. Ada banyak alasan lain mengapa seseorang mungkin diam, seperti ketidaknyamanan atau kurangnya informasi.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa beberapa UMKM seperti Kezia dan Sylvia Martha menolak *Spiral of Silence* dengan aktif mengemukakan pendapat mereka tanpa takut akan penilaian negatif atau isolasi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kebebasan berpendapat dan menghargai perbedaan pandangan bisa mempengaruhi seberapa berani seseorang dalam menyuarakan pendapatnya. Di sisi lain, Ula merasa kurang percaya diri dan lebih memilih untuk diam di hadapan teman-teman sejawatnya dalam komunitas online shop, yang mencerminkan adanya kesadaran tentang risiko isolasi sosial yang diakibatkan oleh *Spiral of Silence*.

Namun, Viarti menunjukkan bahwa dalam lingkungan yang suportif, dia merasa nyaman untuk berbagi pendapatnya tanpa takut akan penolakan. Dari hasil wawancara ini, terlihat bahwa teori *Spiral of Silence* mungkin tidak sepenuhnya relevan dalam konteks UMKM saat ini, terutama dengan kemajuan media sosial yang memungkinkan individu untuk lebih bebas mengemukakan pendapat mereka tanpa rasa takut akan isolasi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan terhadap opini publik dan kebijakan pemerintah dalam era saat ini mungkin lebih kompleks daripada yang dijelaskan oleh teori ini.

Penutup

Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan pandangan UMKM di Kupang Gunung Jaya, Surabaya terhadap kebijakan penutupan dan pembukaan kembali social commerce oleh

pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pandangan para pelaku UMKM bervariasi terhadap penutupan dan pembukaan kembali TikTok Shop. Beberapa merasa dirugikan karena mereka telah menggunakan platform tersebut untuk memasarkan produk dan mendapatkan pelanggan baru, sementara yang lain merasa lega karena melihat penutupan sebagai penghilangan persaingan yang tidak sehat.

Meskipun sebagian besar pelaku UMKM menyambut pembukaan kembali TikTok Shop dengan baik, ada juga yang masih meragukan efektivitas platform tersebut. Faktor-faktor yang memengaruhi pandangan mereka termasuk pengalaman mereka dalam menggunakan TikTok Shop, tingkat literasi digital, dan jenis produk yang mereka jual. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa pandangan terhadap teori Spiral of Silence, yang sebelumnya dianggap relevan dalam konteks UMKM, tidak selalu berlaku sesuai asumsi yang sebenarnya. Hal ini mengindikasikan kompleksitas dalam respons dan pandangan individu terhadap kebijakan pemerintah dan perubahan dalam dunia e-commerce, terutama dalam konteks penggunaan platform social commerce seperti TikTok Shop di Indonesia.

Penelitian ini memiliki sejumlah manfaat yang penting dari segi teoritis maupun praktis. Dari segi teoritis, penelitian ini bisa menjadi sumber informasi, studi, dan kerangka konseptual bagi mereka yang tertarik untuk mengeksplorasi topik terkait, terutama dalam pemahaman teori *Spiral of Silence* dan penerapannya dalam konteks social commerce TikTok Shop. Temuan dari penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi dalam pembelajaran mahasiswa terkait opini pelaku UMKM terkait penutupan dan pembukaan kembali TikTok Shop, dengan ini diharapkan pada penelitian berikutnya bisa membahas pemberitaan dengan lokasi yang berbeda dengan subjek yang lebih besar.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat praktis yang berarti bagi berbagai pihak, termasuk masyarakat umum dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mereka menyuarakan pendapat mengenai kebijakan terkait TikTok Shop dalam konteks komersial sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan dan strategi manajemen yang lebih efektif untuk TikTok Shop sebagai platform komersial sosial, sehingga mendukung kepentingan masyarakat dan UMKM. Dengan menekankan manfaat teoritis dan praktis yang telah dijelaskan, penelitian ini disarankan karena berpotensi memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan pengetahuan dan praktik terkait komersial sosial di TikTok Shop.

Daftar Pustaka

- Dampak Penutupan Tiktok Shop Dalam Penjualan Produk (Studi Kasus Pedagang Tiktok Shop Di Desa Ambokembang, Kedungwuni)*. (t.t.).
- Hadianto, N. K., Hestianah, S., Mafulla El-Idaarah, D., Manajemen, J., Krama, N., Sekolah, H., Ilmu, T., Darul, E., Mojokerto, F., Tinggi, S., Darul, I. E., & Mafulla, D. (t.t.). *DAMPAK PENUTUPAN TIK TOK SHOP DALAM KONSEP KOMUNIKASI INTERPERSONAL*.
- Hamdani, A., Rahma, N., & Jannah, M. A. (2023). Analisis Resepsi .Khalayak Terhadap Berita Penutupan Live Tiktok Shop. *Prosiding Seminar Nasional*, 743–752.
- Krama Hadianto, N., Imam Fatmasari El-Idaarah, D., Manajemen, J., Krama Hadianto Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, N., Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, H., & Imam Fatmasari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto, D. (t.t.). *PANDANGAN MULTINATIONAL CORPORATIONS (MNC) TERHADAP KASUS PENUTUPAN TIK TOK SHOP*.
- Shabri¹, A. N., Al Ghivari², R., Alkatiri, N. F., & Singgih, R. (2023). Analisis Resepsi Mahasiswa Terhadap Pemberitaan Pemblokiran Tiktok Shop di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional*,

1124–1134.

- Adhi004. (2023). Revisi Permendag 50/2020, Pemerintah Atur Medsos Hanya Fasilitasi Promosi, Bukan Transaksi. *Kominfo* .
- Febriah, I., Febriyantoro, M. T ., Trio, M., Program, F., Manajemen, S., Pembangunan, U., Jaya, J. &, & Selatan, T (2023). Pengaruh Live Video Streaming Tiktok, Potongan Harga, dan Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 7(2).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>Website:<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Hasanah, I., & Hastriana, A. Z. (2024). DAMPAK FENOMENA PENUTUPAN TIKTOK SHOP TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN STUDI KASUS MAHASIWA INSTITUT ILMU KEISLAMAN ANNUQAYAH (INSTIKA) GULUK-GULUK SUMENEP. *Jurnal Inovasi Global*, 2(1). <https://jig.rivierapublishing.id/index.php/rv/index> kompas.com.
- (2023). Tiktok Shop Dilarang Berdagang, Bagaimana Respon Pedagang Pasar Tanah Abang? *Kontan.Co.Id*.
- Literatur, A. K. (n.d.). *BAB II TINJAUAN PUSTAKA*.
- Petrick Imanuel Sasauw. (2023). Tanggapan UMKM di Manado Sulawesi Utara Terkait Penutupan TikTok Shop . *Tribun Manado*.
- Radix Prima Dewi. (2021). *SOSIAL MEDIA SEBAGAI SARANA JUAL BELI ONLINE*.
www.ekon.go.id. (2023, August 24). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*.
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(6), 1517-1538.
- Oktaviani, A. A., Komsiah, S., & Syaifuddin, S. (2022). Uses And Gratification: Uji Pengaruh Konten dalam Fitur Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(3), 100-107.
- Ferrary, D., Lina, L., & Tyra, M. J. (2023, September). Pengaruh Harga, Promosi Penjualan, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Platform Tiktok Shop. In *FORBISWIRA FORUM BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN* (Vol. 13, No. 1, pp. 127-141).
- Ahmad, S. H., Wolok, T., & Abdussamad, Z. K. (2022). Pengaruh Shopping Lifestyle Dan Promosi Produk Skin Care Terhadap Impulse Buying Melalui Media Tiktok Shop. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 784-793.
- Mokodompit, H. Y., Lopian, S. V. J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975-984.
- Sari, M. N., Septrizarty, R., Farlina, W., Kahar, A., & Nurofik, A. (2022). Analisis Strategi Bisnis UMKM melalui Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Shop. *Journal of Economics and Management Scienties*, 5(1), 001-009.
- Setyadi, H. A., Nurohim, G. S., Nugroho, W., & Sutanto, S. (2023). Tiktok Shop Untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Witpari Karanganyar. *Abditeknika Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1-8.

- Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak Aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 497-506.
- Haryanto, H., Delfina, D ., Jessica, J., Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran Digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan pendapatan UMKM JHN Shop Batam *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 181-186.
- Aisyah, S., Sumi, R., Purba, S., Kharianti, F., & Siagian, M. (2023) . Pemanfaatan Aplikasi TikTok Shop Sebagai Media Promosi Terhadap UMKM Toko Hijab Abiee Hijab di MMTC. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(1), 10-20.
- Romadhan, M. I., & Rusmana, D . S. A. (2017, October). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat. In *Prosiding Seminar Dan Call For Paper* (Vol. 85, p. 90).