

## **DAMPAK PENUTUPAN TIKTOK *SHOP* TERHADAP PENGGUNA DAN PELAKU BISNIS DALAM *E-COMMERCE***

**Muh. Fathir Maulid Yusuf<sup>1)</sup>, Ilham Akbar Garusu<sup>2)</sup>, Ahmad Hamid<sup>3)</sup>,  
Dian Mayafaty Rauf<sup>4)</sup>, Ika Maya Sari<sup>5)</sup>**

<sup>1, 2, 3, & 4</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nahdlatul Ulama Sulawesi Tenggara

<sup>5</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo

email: <sup>1</sup>fathir.maulid91@gmail.com, <sup>2</sup>ilhamibar@gmail.com, <sup>3</sup>ahmadunusra@gmail.com,  
<sup>4</sup>dianmayafaty@yahoo.co.id, <sup>5</sup>ikamayasaki633@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak penutupan TikTok Shop, yang merupakan *platform e-commerce* di TikTok, terhadap pengguna dan pelaku bisnis. Kami menggunakan metode penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam dan analisis konten dari pengguna TikTok Shop dan pedagang di *platform* tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penutupan TikTok Shop berdampak signifikan pada pengguna dan pelaku bisnis. Pengguna merasa kecewa karena kehilangan akses ke beragam produk yang ditawarkan oleh TikTok Shop. Selain itu, beberapa pelaku bisnis menghadapi tantangan dalam mencari *platform* pengganti untuk menjual produk mereka. Studi ini juga mengungkapkan bahwa penutupan TikTok Shop memberikan dampak positif bagi kompetitor *e-commerce* lainnya, karena pengguna dan pedagang beralih ke *platform* lain yang mirip. Namun, secara keseluruhan, penutupan TikTok Shop menimbulkan ketidakpastian dalam ekosistem *e-commerce* TikTok. Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengembang *platform e-commerce* dan pengguna TikTok Shop dalam memahami implikasi penutupan *platform* serupa di masa mendatang.

**Kata Kunci : TikTok Shop; Pengguna E-Commerce; Pelaku E-Commerce**

### **Abstract**

*This research aims to explore the impact of the closure of TikTok Shop, an e-commerce platform on TikTok, on users and business actors. We employed a qualitative research method with in-depth interviews and content analysis of TikTok Shop users and merchants on the platform. The research findings indicate that the closure of TikTok Shop has a significant impact on both users and businesses. Users express disappointment as they lose access to a variety of products offered by TikTok Shop. Furthermore, some businesses face challenges in finding alternative platforms to sell their products. This study also reveals that the closure of TikTok Shop has had a positive impact on other e-commerce competitors, as users and merchants shift to similar platforms. However, overall, the closure of TikTok Shop has created uncertainty in the TikTok e-commerce ecosystem. This research provides valuable insights for e-commerce platform developers and TikTok Shop users in understanding the implications of the closure of similar platforms in the future.*

**Keywords: TikTok Shop; E-Commerce Users; E-Commerce Actors**

## PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan mendasar dalam pola konsumsi dan bisnis di seluruh dunia. Salah satu fenomena yang mencolok dalam perkembangan *e-commerce* adalah munculnya *platform-platform* inovatif yang memungkinkan bisnis untuk menjual produk dan jasa mereka secara online. Salah satu *platform e-commerce* yang menjadi sorotan adalah TikTok Shop, yang merupakan bagian dari *platform* sosial media TikTok Shop yang populer. TikTok Shop telah menjadi sarana bagi berbagai bisnis dan pelaku industri untuk memasarkan dan menjual produk mereka kepada khalayak yang luas. Namun, seperti halnya dalam dunia bisnis, perubahan adalah hal yang tak terhindarkan. Dalam konteks ini, penutupan TikTok Shop adalah satu peristiwa yang mengguncang ekosistem *e-commerce*, dengan berbagai dampak yang dapat memengaruhi pengguna dan pelaku bisnis yang bergantung padanya.

Penutupan TikTok Shop telah menjadi perhatian yang signifikan dalam industri *e-commerce* belakangan ini. TikTok Shop, sebagai *platform e-commerce* yang dikembangkan oleh aplikasi pendekatan video TikTok, telah menawarkan peluang besar bagi pengguna dan pelaku bisnis untuk berjualan dan berbelanja secara online. Namun, dengan penutupan TikTok Shop, dampaknya dapat dirasakan oleh pengguna dan pelaku bisnis dalam *e-commerce*. Bagi pengguna, penutupan tersebut dapat berarti kehilangan akses ke beragam produk unik dan menarik yang biasanya tersedia di TikTok Shop. Hal ini berpotensi membuat pengguna merasa kecewa dan harus mencari alternatif lain untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan.

Sementara itu, pelaku bisnis yang bergantung pada TikTok Shop untuk menjual produk mereka akan mengalami dampak yang lebih signifikan. Dengan penutupan tersebut, mereka kehilangan kanal penting untuk memasarkan dan menjual produk mereka. Ini dapat berdampak negatif pada pendapatan mereka dan keberlanjutan bisnis mereka. Namun, penutupan TikTok Shop tidak menghilangkan keseluruhan potensi *e-commerce* bagi pengguna dan pelaku bisnis. Masih ada sejumlah *platform e-commerce* lain yang dapat digunakan dengan potensi pasar yang luas. Pengguna dapat beralih ke *platform e-commerce* yang sudah mapan seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, atau Lazada, sementara pelaku bisnis dapat memanfaatkan platform tersebut untuk meraih pelanggan baru.

Dengan penutupan TikTok Shop, perubahan dan adaptasi menjadi suatu keharusan bagi pengguna dan pelaku bisnis dalam *e-commerce*. Penutupan ini juga mengingatkan kita akan pentingnya diversifikasi dan fleksibilitas untuk mencapai kesuksesan dalam industri *e-commerce* yang selalu berkembang ini.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendalami dan memahami secara mendalam dampak penutupan TikTok Shop terhadap pengguna dan pelaku bisnis dalam *e-commerce*. Dalam metode kualitatif ini, kami mengintegrasikan dua teknik utama, yaitu wawancara mendalam dan analisis konten.

Wawancara mendalam akan digunakan untuk mendapatkan pandangan, pengalaman, dan pemahaman yang lebih dalam dari para responden, baik pengguna TikTok Shop maupun pedagang di *platform* tersebut. Teknik ini akan memungkinkan kami untuk menjalankan percakapan terstruktur dengan para partisipan, menggali pandangan mereka tentang dampak penutupan TikTok Shop, dan memahami perasaan, pendapat, serta perubahan yang mereka alami sebagai akibat dari penutupan *platform* ini. Wawancara mendalam akan dilakukan secara tatap muka atau melalui media komunikasi online, tergantung pada ketersediaan responden.

Analisis konten akan digunakan untuk menggali informasi dan pandangan dari berbagai sumber teks atau konten terkait penutupan TikTok Shop. Ini mencakup memeriksa publikasi di media sosial, ulasan, artikel, dan komentar yang terkait dengan peristiwa tersebut. Analisis konten akan membantu dalam mengidentifikasi tren, sentimen, dan respons masyarakat terhadap penutupan TikTok Shop. Peneliti akan menggunakan perangkat lunak analisis teks untuk membantu dalam mengklasifikasi dan menganalisis data yang ditemukan dalam konten online.

Penelitian ini akan menggabungkan kedua teknik tersebut secara komprehensif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak penutupan TikTok Shop dan bagaimana hal tersebut memengaruhi pengguna dan pelaku bisnis di dalam ekosistem *e-commerce*. Hasil wawancara mendalam akan dianalisis dengan menggunakan pendekatan tematik, sementara analisis konten akan membantu dalam memahami respon yang lebih luas dari masyarakat terhadap peristiwa ini. Melalui gabungan metode ini, peneliti berharap dapat menghasilkan pemahaman yang komprehensif tentang isu yang diteliti.

Analisis tematik yang dimaksud dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memberi makna pada tema tertentu yang muncul dari data. Metode tersebut sering digunakan dalam penelitian sosial dengan tujuan untuk memahami dan menggali pemahaman lebih dalam tentang suatu fenomena atau topik yang sedang diamati.

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan pengguna dan pelaku *e-commerce* yang terdampak dari penutupan TikTok Shop. Sementara itu, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sekelompok orang yang diambil secara acak dari populasi tersebut untuk mewakili mereka secara keseluruhan melalui survei online dan wawancara langsung kepada pengguna dan pelaku bisnis *e-commerce*.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah uraian tentang batasan variabel yang akan diukur. Definisi operasional dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengguna *E-Commerce*

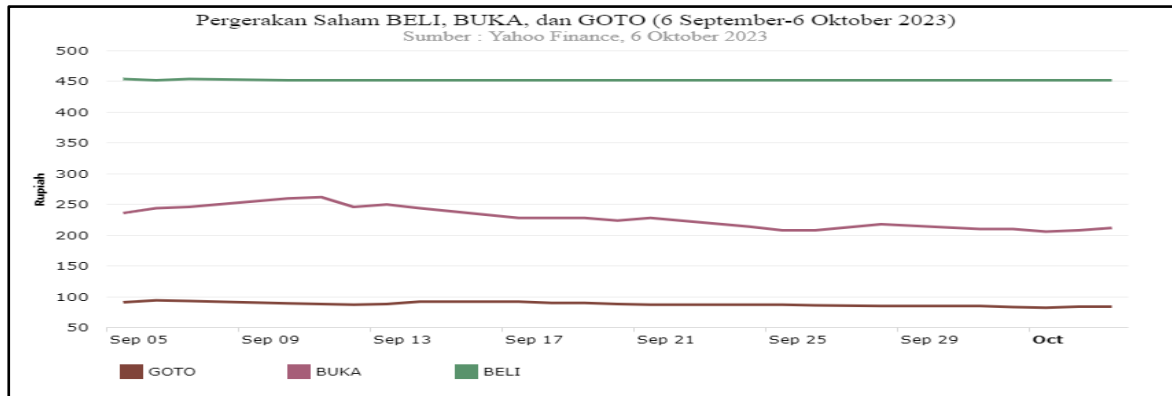
Pengguna *e-commerce* adalah serangkaian proses atau tindakan yang dilakukan oleh pengguna yang terdampak penutupan TikTok Shop dalam menggunakan platform TikTok Shop untuk melakukan transaksi jual beli secara online.

2. Pelaku *E-Commerce*

Pelaku *e-commerce* adalah individu atau perusahaan yang terdampak penutupan TikTok Shop dalam menjalankan kegiatan bisnis online melalui platform TikTok. TikTok Shop adalah fitur yang memungkinkan pengguna TikTok untuk menjual produk atau jasa secara langsung kepada pengguna lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penutupan TikTok Shop dapat berdampak positif pada ekosistem *e-commerce*, terlihat dari data yang dilansir situs Yahoo Finance menunjukkan bahwa saham-saham *e-commerce* naik melesat tinggi, seperti PT Global Digital Niaga Tbk, PT Bukalapak.com Tbk, PT GoTo Gojek Tokopedia. Namun kemungkinan hanya bersifat sementara karena *platform* digital tersebut kemungkinan akan kembali dengan cara yang berbeda.



Tinjauan data dari *Yahoo Finance* mengungkapkan perubahan harga saham beberapa perusahaan *e-commerce* sehubungan dengan penutupan TikTok Shop pada 4 Oktober 2023. Oleh karena itu analisis singkat tentang perubahan harga saham BELI, BUKA, dan GOTO yaitu BELI (PT Global Digital Niaga Tbk); awal pembukaan perdagangan saham BELI naik ke level Rp 456 pada 4 Oktober 2023, sebagai harga tertinggi, kemudian harga saham turun menjadi Rp 452 dan bertahan hingga beberapa hari setelah penutupan TikTok Shop. Selain itu kapitalisasi pasar BELI mencapai Rp 53,56 triliun pasca penutupan TikTok Shop dan volume saham sebesar 158,3 ribu lembar dengan nilai transaksi sebesar Rp 71,6 miliar.

Tinjauan data dari *Yahoo Finance* BUKA (PT Bukalapak.com Tbk); pada 3 Oktober 2023, harga saham BUKA sebesar Rp 210 per lembar saham. Setelah penutupan TikTok Shop, harganya turun menjadi Rp 206 per lembar saham. Harganya menguat lagi menjadi Rp 208 pada 5 Oktober 2023, dan pada 6 Oktober 2023, mencapai Rp 212. Selain itu kapitalisasi pasar BUKA mencapai Rp 21,86 triliun pasca penutupan TikTok Shop dan volume saham sebesar 53,47 juta dengan nilai transaksi sebesar Rp 11,3 miliar. Sedangkan untuk GOTO (PT GoTo Gojek Tokopedia) pada penutupan perdagangan 3 Oktober 2023, harga saham GOTO mencapai Rp 83 per lembar saham. Setelah penutupan TikTok Shop, harganya turun menjadi Rp 82. Namun, pada 5 Oktober 2023, harga saham GOTO menghijau lagi menjadi Rp 84 dan bertahan hingga beberapa hari setelahnya.

Perubahan harga saham ini mencerminkan dampak penutupan TikTok Shop terhadap sejumlah perusahaan *e-commerce* besar. Pada awalnya, beberapa saham mengalami kenaikan, kemudian mengalami fluktuasi dalam beberapa hari setelah penutupan. Investor dan pelaku pasar saham merespons perubahan ini sebagai reaksi terhadap berita dan perkembangan terkait penutupan TikTok Shop serta perubahan dalam dinamika industri *e-commerce*. Oleh karena itu berdasarkan hasil analisis diatas bahwa penutupan TikTok Shop bukan merupakan hal yang satu-satunya yang menjadi faktor naik-turunnya saham *e-commerce*, melainkan dampak dari faktor lain. Peneliti *Center of Economic and Law Studies* (Celios), Yeta Purnama (2023), berpendapat bahwa penutupan Tiktok Shop akan berdampak terhadap kelangsungan pendapatan usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) yang selama ini punya akun di Tiktok. Namun, dia meyakini, dampak itu tidak akan berlangsung lama sebab penjual diperkirakan akan merambah ke saluran penjualan daring lainnya.

Dalam laporan *Momentum Works* (firma riset dan *venture builder*) bertajuk “*Ecommerce in Southeast Asia*” (2023), Shopee, Lazada, dan Tokopedia sebelumnya menjadi tiga lokal pasar teratas di Asia Tenggara. Sementara Tiktok Shop, bagian dari Tiktok, dinilai telah berkembang menjadi pemain penting di pasar *e-commerce* Asia Tenggara. Oleh karena sebab itu bahwa momentum penutupan *e-commerce* TikTok Shop menjadi sebuah hal yang menguntungkan bagi *e-commerce* lainnya di Asia Tenggara, dikarenakan banyak pengguna bahkan pelaku bisnis *e-commerce* TikTok Shop beralih

platform e-commerce lainnya. Selain dari itu Direktur Ekonomi Digital *Center of Economic and Law Studies* (Celios) Nailul Huda (2023) yang dilansir di Jakarta, Kompas TV menilai penutupan TikTok Shop tidak membuat penjualan barang impor jadi berkurang. Pasalnya, Permendag Nomor 31 Tahun 2023 hanya memperketat praktik *cross border*. Yaitu penjualan barang impor langsung oleh pedagang dari luar negeri. Sedangkan untuk barang impor yang sudah ada di Indonesia, masih bebas beredar.

Melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 hanya ketat mengatur *cross border commerce* untuk barang impor yang sudah ada di Indonesia, platform masih bebas menjual dan memberikan diskon yang berpotensi memunculkan *predatory pricing*, Selain itu menurutnya, e-commerce Shopee jadi pihak yang paling diuntungkan dengan tutupnya TikTok Shop dan revisi Permendag Nomor 50 Tahun 2020 tersebut. Pasalnya, konsumen TikTok akan beralih ke platform e-commerce lain, termasuk Shopee. Tanpa terkecuali transaksi melalui Instagram maupun WhatsApp dengan sistem keamanan yang tidak terjamin.

Pengurus Harian Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), Agus Suyatno yang dilansir dari Kompas.com, Minggu (1/10/2023). juga menilai bahwa pelarangan TikTok Shop membuat pelanggan tidak akan bisa lagi mendapatkan keuntungan dari transaksi menggunakan aplikasi tersebut, seperti berbelanja dan menikmati diskon di toko tersebut. Namun, dia mengatakan bahwa dampak ini hanya akan jangka pendek atau tidak akan berlangsung lama setelah TikTok Shop dilarang. Pasalnya, konsumen-konsumen Indonesia merupakan kelompok yang mudah beradaptasi. Sehingga, saat TikTok Shop ditutup, mereka akan bisa segera mencari alternatif belanja online lain. "Konsumen Indonesia merupakan kelompok yang cair dan mudah beradaptasi dalam melakukan transaksi,".

Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM) Teten Masduki (2023) yang dilansir Jakarta, CNBC Indonesia mengungkapkan bahwa dengan penutupan TikTok Shop ini menurut saya tidak akan terlalu mengganggu sebenarnya bagi para seller, karena para pelaku UMKM yang jualan online bisa memanfaatkan promo produk di medsosnya, di TikTok. Nah, kalau penjualannya di-direct kepada link misalnya nanti di multiplatform, tidak hanya di TikTok Shop saja, bisa dijual di platform apa saja yang ada di Indonesia. Pembeliannya juga tinggal pindah channel saja. Oleh karena ini bahwa dampak penutupan TikTok Shop bagi para pengguna dan pelaku tidak selalu positif maupun negatif, dikarenakan disisi lainnya ada peluang maupun ancaman yang akan timbul.

Berdasarkan hasil wawancara langsung oleh beberapa pengguna TikTok Shop mengungkapkan bahwa mereka merasa kecewa karena mereka kehilangan akses ke beragam produk yang biasanya tersedia di *platform* ini. Mereka mencatat bahwa TikTok Shop menawarkan berbagai produk unik dan menarik yang sulit ditemukan di tempat lain, bahkan harga yang ditawarkan jauh berbeda dengan platform lainnya. Selain itu pengguna tersebut juga mengungkapkan bahwa pelayanan *platform* TikTok Shop lebih cepat di bandingkan dengan platform lainnya. Oleh karena itu pengguna tersebut merasa sulit mengambil langkah untuk mencari *platform e-commerce* lain yang mirip dengan TikTok Shop. Mereka mencoba beradaptasi dengan perubahan ini dengan mencari alternatif yang dapat menggantikan pengalaman berbelanja yang mereka nikmati di TikTok Shop. Selain itu ada juga pengguna yang berpendapat penutupan TikTok Shop akan menciptakan dampak emosional pada sebagian pengguna yang sangat terkait dengan platform tersebut. Mereka merasa kehilangan komunitas dan interaksi yang dibangun selama menggunakan TikTok Shop.

Pengungkapan lain dari pengguna TikTok Shop bahwa penutupan TikTok Shop memiliki pengaruh pasar di *platform*, dimana penutupan tersebut berdampak pada pendapatan pengguna sebagai *influencer*. Hal ini memungkinkan pengguna tersebut harus

mencari kesempatan kerja baru atau mencoba membangun basis pengikut mereka di platform lain. Dari berbagai komentar pengguna yang terdampak penutupan TikTok Shop, ada pengguna lain yang memberikan pendapat positif, dimana ia mengungkapkan meskipun penutupan TikTok Shop dapat membawa konsekuensi negatif bagi pengguna dan pelaku bisnis *dalam e-commerce*, perlu diingat bahwa dalam industri yang cepat berubah seperti ini, adaptasi menjadi kunci untuk bertahan. Pengguna dapat mencari alternatif *platform e-commerce* yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan baik, sementara pelaku bisnis dapat memanfaatkan platform lain atau mengarahkan upaya pemasaran mereka ke saluran lain seperti media sosial, situs web, atau *marketplace e-commerce* lainnya. Dalam situasi seperti ini, fleksibilitas dan kemampuan untuk beradaptasi dengan dinamika pasar adalah aset berharga.

Berdasarkan hasil wawancara oleh beberapa pelaku bisnis *e-commerce* TikTok Shop mengungkapkan bahwa produk yang mereka jual di TikTok Shop mengalami ketidakpastian setelah penutupan platform ini. Mereka merasa kebingungan tentang langkah selanjutnya dan mencari alternatif untuk menjual produk mereka. Beberapa di antara mereka berusaha untuk beralih ke *platform e-commerce* lainnya, tetapi menghadapi tantangan dalam membangun kembali basis pelanggan mereka. Selain itu ada juga pelaku bisnis *e-commerce* TikTok Shop yang aktif di TikTok Shop merasa kehilangan akses ke pangsa pasar yang signifikan. Mereka mencatat bahwa *platform* ini memberikan eksposur yang unik dan efektif bagi produk mereka. Penutupan TikTok Shop membuat mereka harus berjuang untuk membangun kembali visibilitas mereka di *platform e-commerce* lainnya.

Selain dari pengungkapan pelaku bisnis tersebut ada beberapa pelaku bisnis yang lebih adaptif mencoba menyesuaikan strategi mereka. Mereka mempertimbangkan untuk memperluas keberadaan mereka di platform media sosial lain atau bahkan mencoba untuk menjual produk mereka melalui situs web mereka sendiri. Namun, hal ini memerlukan upaya ekstra dan investasi untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut. Pelaku bisnis lain mengungkapkan bahwa adanya sejumlah dampak positif dari penutupan TikTok Shop bagi pelaku bisnis *e-commerce*. Meskipun merasa kehilangan peluang bisnis, banyak pelaku bisnis yang menyatakan bahwa penutupan TikTok Shop mendorong pelaku untuk mencari alternatif *platform e-commerce* yang lebih stabil. Beberapa di antaranya beralih ke *platform e-commerce* yang sudah lebih mapan seperti Shopee atau Lazada. Hal ini memberikan kesempatan bagi pelaku untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing.

Selain dari itu berdasarkan hasil survei, pelaku bisnis *e-commerce* mengungkapkan penutupan TikTok Shop juga mendorong pelaku bisnis *e-commerce* untuk menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran digital lainnya. Hasil survei menunjukkan bahwa sejumlah responden menyatakan bahwa mereka lebih fokus mengembangkan akun bisnis mereka di media sosial seperti Instagram atau Facebook. Mereka menggunakan platform ini untuk membangun brand *awareness* dan berinteraksi langsung dengan calon konsumen. Dalam beberapa kasus, pelaku bisnis *e-commerce* bahkan menyewa jasa *influencer* untuk mempromosikan produk mereka secara online. Dengan demikian, penutupan TikTok Shop menjadi stimulus bagi pelaku bisnis untuk mencari alternatif strategi pemasaran yang lebih efektif.

Namun demikian, dampak penutupan TikTok Shop tidak hanya dirasakan oleh pelaku bisnis *e-commerce*. Survei juga menunjukkan kekecewaan dari kalangan pengguna TikTok yang merasa rugi dengan berakhirnya TikTok Shop. Mereka telah terbiasa dengan kemudahan berbelanja dan mengikuti tren produk melalui platform tersebut. Dampak ini juga dirasakan oleh pelaku bisnis *e-commerce* yang mengandalkan TikTok Shop sebagai saluran penjualan utama mereka. Penutupan TikTok Shop menjadi tantangan bagi mereka untuk kembali membangun pengikut dan basis konsumen mereka di platform lain.

Secara keseluruhan, hasil survei menunjukkan adanya dampak yang beragam dari penutupan TikTok Shop terhadap pelaku bisnis *e-commerce*. Meskipun banyak yang merasa kehilangan peluang bisnis, penutupan ini juga mendorong mereka untuk mencari alternatif platform *e-commerce* yang lebih stabil. Pelaku bisnis *e-commerce* juga harus beradaptasi dengan strategi pemasaran digital yang berbeda, dengan fokus pada media sosial lainnya. Meskipun demikian, penutupan TikTok Shop tetap menjadi tantangan bagi semua pihak yang terlibat, baik pelaku bisnis maupun pengguna TikTok.

## KESIMPULAN

Penutupan TikTok Shop telah menciptakan berbagai dampak kompleks dalam ekosistem *e-commerce*, pelaku bisnis, dan pengguna. Beberapa dampaknya termasuk lonjakan saham *e-commerce*, adaptasi pelaku bisnis, dan kekecewaan pengguna. Penutupan ini juga memberikan peluang baru dan tantangan dalam industri *e-commerce*. Oleh sebab itu penutupan TikTok Shop tidak hanya memberikan dampak positif atau negatif tetapi juga mendorong perubahan dan adaptasi di seluruh industri ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2013). Penelitian Kualitatif & Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan.
- Eriksson, Palvi & Anne Kovalainen (2008). Metode Kualitatif dalam Penelitian Bisnis. Penerbit SAGE Publications Ltd. DOI:<https://doi.org/10.4135/9780857028044>
- Huda, Nailul. (2023). Analisis Dampak Penutupan TikTok Shop terhadap Penjualan Barang Impor. Jakarta: Kompas TV.
- Laporan Momentum Works. (2023). Ecommerce in Southeast Asia.
- Masduki, Teten. (2023). Wawancara dengan Menteri Koperasi dan UKM tentang Dampak Penutupan TikTok Shop. CNBC Indonesia.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Metode-Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Praktis.
- Patton, M. Q. (2015). Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice. Sage Publications.
- Purnama, Yeta. (2023). Dampak Penutupan Tiktok Shop terhadap UMKM. Center of Economic and Law Studies (Celios).
- Suyatno, Agus. (2023). Pendapat Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia tentang Penutupan TikTok Shop. Kompas.com.
- Yahoo.finance.com. (2023, Juni 2023). 3 Saham E-Commerce ini Menguat Setelah TikTok Shop Ditutup. <https://finance.yahoo.com/quote/GOTO.JK/chart?p=GOTO.JK>

