

Understanding Social Forces and Institutional Logics behind MSMEs protection effort in Indonesian Digital Market: Case study of Permendag No. 31 tahun 2023 = Memahami Social Forces dan Logika Institusional dalam upaya perlindungan UMKM pada Pasar Digital Indonesia: Studi kasus Permendag No. 31 tahun 2023

Faizah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920547203&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi-studi mengenai keberadaan lokapasar di Indonesia menunjukkan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia melalui kontribusi platform secara menyeluruh sebagai solusi untuk pengelolaan bisnis secara analitis dan efektif pada aspek operasional, logistik, pemasaran, dan resistensi terhadap pandemi. Akan tetapi, keberadaan TikTok Shop sebagai lokapasar jenis social commerce menghadapi berbagai respons negatif, meliputi menurunnya penjualan UMKM hingga 50%, tuduhan predatory pricing, dan masalah perdagangan lintas batas, yang menciptakan konstruksi wacana negatif di media sosial sehingga berujung pada ditutupnya TikTok Shop bersamaan dengan diresmikannya Permendag No. 31 tahun 2023 mengenai regulasi lokapasar. Penelitian ini menyoroti efek reaksi dan kesadaran publik pada X terhadap dinamika social forces di pasar digital Indonesia sehingga mendorong intervensi pemerintah ketika menghadapi dua kepentingan publik yang bersinggungan; perlindungan UMKM dan pengembangan perdagangan dalam negeri melalui transformasi digital. Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus menggunakan social network analysis dan framework analysis terhadap kasus aktual di Indonesia, yang memungkinkan eksplorasi mendalam tentang kompleksitas interaksi antara social forces dan logika institusional dalam konteks penutupan TikTok Shop. Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan pada jejaring sosial X yang mendiskusikan TikTok Shop setelah munculnya konten mengenai dampak negatif TikTok Shop terhadap UMKM. Selain itu, ditemukan perubahan fokus pada proses penyusunan di Kementerian Perdagangan akibat adanya dorongan eksternal untuk berfokus pada perlindungan UMKM.

.....

Studies on the existence of marketplaces in Indonesia show a positive impact on economic development and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia through the overall contribution of the platform as a solution for analytical and effective business management in operational, logistics, marketing and resistance to pandemics. However, the existence of TikTok Shop as a social commerce type of marketplace has faced various negative responses, including a great decline in MSME revenue of up to 50%, accusations of predatory pricing, and problems with cross-border trade, which created the construction of negative discourse on social media, leading to the closure of TikTok Shop and the ratification of Permendag No. 31 tahun 2023 concerning marketplace regulations. This research highlights the effect of public reactions in X and awareness of issues towards the dynamics of social forces in the Indonesian digital market, in encouraging government intervention while dealing with two intersecting public interests: protecting MSMEs and improving domestic trade by digital transformation. This research adopts a social network and framework analysis of actual cases in Indonesia, which allows an in-depth exploration of the complexity of the interaction between social forces and institutional logic in the context of TikTok Shop

closures. The results show a significant difference in X social network which discusses TikTok shops after the emergence of content regarding the negative impact of TikTok shops on MSMEs. Apart from that, it was also found that there was a change in the focus of drafting regulations at the Ministry of Trade as a result of external forces to focus on protecting MSMEs.