

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

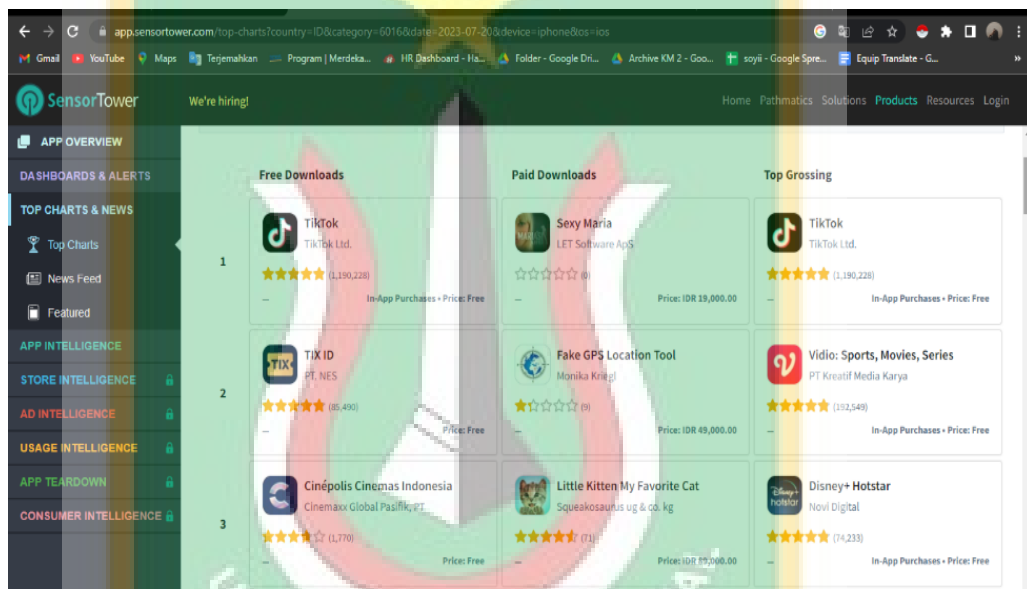
Pola hidup masyarakat pada era modern ini sangatlah berbeda pada era sebelumnya dimana dengan adanya arus globalisasi yang membawa dampak positif maupun negatif. Pada saat ini, dunia telah memasuki era industri generasi keempat yang ditandai dengan meningkatnya konektivitas, interaksi, dan pengembangan sistem digital, kecerdasan buatan, dan virtual. Dengan semakin menyatunya batas-batas antara manusia, mesin, dan sumber daya lainnya, teknologi informasi dan komunikasi tentunya berdampak pada berbagai sektor seperti pada sektor ekonomi, budaya, pendidikan, politik dan sosial. Inovasi yang diciptakan pada perkembangan teknologi saat ini dimulai pada bidang sosial yaitu pada perubahan cara berinteraksi, berkomunikasi dan berbagi informasi. Selain itu adapun perkembangan globalisasi ekonomi yang menjadikan suatu fenomena yang tidak dapat dihindari oleh karena itu perlu adanya persiapan sumber daya manusia (SDM) yang memadai agar siap untuk beradaptasi dan mampu bersaing dalam skala global. Peningkatan kualitas sumber daya manusia ini dapat dikembangkan melalui para pengusaha untuk dapat mengikuti perkembangan ekonomi saat ini sebagai dampak dari globalisasi ekonomi yang terus berjalan (Rizkia & Rahmawati, 2021) salah satu contoh bukti percepatan globalisasi dalam bidang ekonomi yaitu adanya suatu inovasi teknologi digital pada sistem perdagangan jual beli yang dapat dilakukan secara digital yang disebut dengan *E-Commerce* yaitu seperti Shopee, Lazada, Tokopedia dan lainnya. Keterlibatan dari adanya perkembangan teknologi memang memberikan kemudahan bagi manusia dalam membantu menyelesaikan permasalahannya. Berdasarkan uraian tersebut globalisasi dan adanya revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan disrupsi teknologi memiliki implikasi yang signifikan terhadap sistem ekonomi.

Pada saat ini Sosial media telah menjadi fenomena yang ramai dikalangan masyarakat, di mana jutaan orang dari berbagai usia dan latar belakang bergabung dan aktif berpartisipasi dalam platform-platform sosial media. Menurut hasil data pada perusahaan survey sensor tower menunjukkan di indonesia saat ini pada

kategori entertainment aplikasi TikTok menduduki posisi pertama Top Grossing yang paling banyak diunduh (Sensor Tower, 2023).

TikTok merupakan platform yang berasal dari negara China yang diluncurkan pada tahun 2016 yang menawarkan format video pendek yang memungkinkan pengguna untuk secara kreatif mengekspresikan diri dan memberikan berbagai informasi. Pada tahun 2020 TikTok mengalami perkembangan pesat hingga saat di Indonesia TikTok memiliki jutaan pengguna aktif menurut laporan firma riset statistika jumlah pengguna di Indonesia tercatat sebanyak 113 juta per April 2023 (Riyanto, 2023).

Gambar 1.1 Aplikasi paling banyak diunduh di Indonesia



Sumber : Sensor Tower

Melihat tingginya atensi masyarakat akan adanya sosial media TikTok ini sehingga hal ini tidak jarang dimanfaatkan oleh beberapa kelompok pengusaha untuk melakukan promosi penjualan dengan menggunakan TikTok, karena banyaknya pedagang yang memanfaatkan hal ini dan terlihat bahwa cara tersebut menunjukkan hasil yang baik sehingga TikTok pun memunculkan fitur baru di dalam aplikasinya yaitu TikTok Shop. TikTok Shop adalah sebuah fitur yang dirancang oleh TikTok untuk memfasilitasi transaksi jual beli secara langsung melalui aplikasinya. Dengan menyediakan katalog produk, layanan obrolan dengan penjual, dan kemudahan pembayaran, TikTok Shop memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi belanja tanpa harus meninggalkan aplikasi TikTok (Tusanputri & Amron, 2021).

Seiring berjalannya waktu hal ini pun memunculkan permasalahan yang terjadi di Indonesia yaitu adanya aksi protes yang dilakukan oleh para pedagang Pasar Tanah Abang yang merasa adanya aplikasi TikTok Shop menyebabkan Pasar Tanah Abang sepi pengunjung. Terdapat alasan mengapa para pedagang Pasar Tanah Abang memprotes adanya fitur TikTok Shop, hal ini dilandasi karena pada TikTok Shop para pedagang yang berjualan di fitur tersebut dapat memberikan harga promosi atau diskon yang sangat rendah dibawah harga pasar.

Fenomena ini menjadi sebuah tanda tanya bagi para pedagang lainnya, bagaimana mereka dapat menetapkan harga serendah itu, bagaimana biaya produksi dan keuntungan yang di dapatkan hal ini menjadi kegelisahan yang dirasakan para pedagang pasar Tanah Abang. Mereka merasa tidak dapat bersaing dengan harga jual dari TikTok Shop tersebut karena hal ini memiliki resiko yang besar bagi para pedagang pasar Tanah Abang jika mereka menurunkan harga jual yang sangat rendah maka mereka terancam tidak mendapatkan laba dan biaya lainnya untuk keperluan operasional barang dan toko. Serta dengan menurunnya pengunjung yang datang ke Pasar Tanah Abang hal ini juga berdampak pada banyak pedagang yang merugi karena tidak ada pembeli yang berbelanja jika hal ini terus berlanjut maka akan banyak pedagang yang akan gulung tikar atau terancam tutup. Sebenarnya dalam kasus ini adanya teknologi tersebut hanya untuk membantu memwadhahi para pengusaha untuk melakukan promosi saja namun tidak jarang hal ini justru dapat disalah gunakan oleh seorang individu maupun kelompok sehingga permasalahan tersebut terjadi. Dalam kasus ini pada bidang ekonomi disebut dengan praktik *Predatory Pricing* yaitu praktik menetapkan harga jual suatu produk pada harga rendah dengan tujuan mengusir pesaing dari pasar atau menciptakan hambatan masuk bagi pesaing baru (Lanen & dkk, 2014). Di duga TikTok Shop melakukan hal tersebut namun jika benar adanya hal tersebut tindakan ini merupakan perbuatan ilegal dan hal ini sudah diatur oleh pemerintah Indonesia melalui peraturan Pasal 20 UU No. 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek persaingan usaha tidak sehat. Pelaku usaha memiliki tujuan untuk melakukan praktik ini dengan harapan dapat mengeliminasi pesaingnya dari pasar terkait, atau menghambat setiap pelaku usaha lain yang ingin memasuki pasar tersebut.

TikTok yang pada dasarnya merupakan sebuah platform media sosial kini membuat inovasi baru yaitu TikTok Shop dengan tujuan untuk mewadahi pedagang di Indonesia dalam kegiatan berbisnis. TikTok Shop yang dapat dikatakan sebagai *Social Commerce* merupakan suatu *E-Commerce* yang menggunakan jaringan sosial berbasis Internet untuk berkomunikasi dan berkolaborasi dengan pelanggan potensial (Ala, Rasul, & Nair, 2021). Namun ternyata hal ini masih menimbulkan permasalahan bagi sebagian kelompok yang ternyata tidak merasakan adanya manfaat yang ditawarkan oleh TikTok Shop, dan hal ini dirasakan oleh para pedagang konvensional atau pedagang yang berjualan hanya di toko secara offline dengan sistem penjualan secara tradisional salah satunya para pedagang pasar Tanah Abang. Di Indonesia praktik predatory pricing ini pun pernah terjadi pada kasus aplikasi ojek online atau Gojek yang pada kehadiran pada tahun 2019 menciptakan permasalahan yang menimbulkan para ojek pangkalan kehilangan pelanggan, strategi yang digunakan Gojek dalam kasus ini diawal kemunculannya Gojek memberikan harga promosi yang sangat murah dengan fasilitas layanan yang dimana pelanggan hanya perlu menunggu dirumah driver akan menjemput ke lokasi tentu hal ini membuat konsumen merasa nyaman dengan layanan tersebut seiring berjalannya waktu ojek pangkalan pun mulai tergerus hingga tidak beroperasi lagi karena konsumen cenderung bergantung dengan aplikasi Gojek tersebut, ketika hal ini sudah terjadi Gojek mulai menerapkan sistem harga yang normal kembali tanpa adanya harga promosi seperti di awal kemunculannya namun peminat dari pengguna aplikasi ini pun tetap tinggi hal ini dikarena Gojek telah berhasil memonopoli pangsa pasar tersebut.

Di Indonesia, UMKM dapat menjadi salah satu solusi dalam penanggulangan kemiskinan. Penanggulangan kemiskinan dengan cara mengembangkan UMKM memiliki potensi yang cukup baik karena menurut hasil peninjauan sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam pembukaan lahan pekerjaan baru sebesar 99,45% tenaga kerja dan sumbangan terhadap PDB sekitar 30% upaya untuk Mendorong dan mengembangkan sektor UMKM diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja lebih banyak dan secara pasti akan meningkatkan kesejahteraan para pekerja yang terlibat di dalamnya, sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran. (Rahman & dkk, 2021). Dalam hal ini dapat terlihat bahwa

walaupun UMKM bukan merupakan usaha yang besar namun peran serta kontribusi yang diberikan kepada negara cukup besar dan signifikan. Grafik diatas merupakan data terakhir yang tercatat dalam sistem OSS RBA (*Online Single Submission – Risk Based Approach*) menunjukkan hingga tahun 2022 jumlah UMKM yang telah terdaftar pada platform tersebut sudah mencapai angka 8,71 juta unit dan ini akan terus meningkat seiring dengan banyaknya UMKM yang akan mendaftarkan usahanya ke dalam sistem OSS tersebut.

Gambar 1.2 Graik Jumlah UMKM Di Indonesia Sepanjang Tahun 2022



Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM diolah CNBC, 2023

Adanya protes yang dilakukan oleh para pedagang Pasar Tanah Abang tersebut mendapatkan respon dari pemerintah di Indonesia khususnya menteri perdagangan. Pemerintah melakukan kunjungan langsung ke Pasar Tanah Abang untuk melihat apakah hal tersebut benar adanya, selanjutnya Pemerintah pun mengeluarkan larang tentang adanya praktik *Social Commerce* dengan salah satu alasan pemerintah menegaskan bahwa penggunaan media sosial hanya dapat bersifat promosi, dan jika ada keinginan untuk berjualan melalui platform media sosial, wajib membuat aplikasi *E-Commerce* secara terpisah sesuai dengan regulasi yang berlaku (CNN Indonesia, 2023). Pada akhirnya pemerintah menerbitkan peraturan yang mengatur tentang pelarangan *Social Commerce* yaitu pada Permendag Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan dan pengawasan pelaku usaha dalam *Perdagangan Melalui Sistem*

Elektronik (PMSE) (BPK , 2023) perdagangan yang segala transaksinya dilakukan melalui perangkat dan prosedur elektronik yang secara rinci dijelaskan bahwa setiap pelaku usaha harus memiliki perizinan berusaha baik itu dalam negeri maupun luar negeri sesuai sektor perdagangan dengan ketentuan peraturan undang-undang perizinan berusaha berbasis risiko.

Pada dasarnya *Social Commerce* adalah sebuah terobosan inovatif yang diciptakan untuk mendukung kemajuan ekonomi digital. Namun, munculnya kekhawatiran terkait praktik *Predatory Pricing* dalam jangka panjang dapat menimbulkan dampak serius terutama bagi pedagang konvensional, terutama mereka yang bergerak dalam bidang produk garmen di Pasar Tanah Abang, yang dikenal sebagai pasar terbesar di Asia Tenggara. Fenomena ini menjadikan penelitian mengenai "Kekerasan Ekonomi pada UMKM Garment Pasar Tanah Abang Melalui Mekanisme *Predatory Pricing*" melalui TikTok Shop sebagai isu yang menarik dan relevan untuk diteliti lebih lanjut. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dipahami lebih dalam faktor-faktor dari praktik ekonomi yang mungkin merugikan bagi pelaku usaha konvensional, dan sekaligus memberikan wawasan mengenai peran TikTok Shop dalam dinamika pasar garmen di Tanah Abang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan diatas terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola kekerasan ekonomi melalui *Predatory Pricing* dapat terjadi pada perdagangan dengan adanya aplikasi TikTok Shop terhadap UMKM Garmen Pasar Tanah Abang ?
2. Bagaimana Faktor-faktor pendorong adanya praktik *Predatory Pricing* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil uraian permasalahan pada penelitian adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan bagaimana kekerasan ekonomi melalui *Predatory Pricing* dapat terjadi pada perdagangan dengan adanya aplikasi TikTok Shop terhadap UMKM Garment Pasar Tanah Abang
2. Untuk menjelaskan Faktor-faktor pendorong adanya praktik *Predatory Pricing*

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap penelitian ini bisa mempunyai manfaat dalam kajian ilmu sosiologi. Adapun manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Dapat memahami bagaimana kekerasan ekonomi melalui *Predatory Pricing* dapat terjadi dalam sistem perdagangan dengan munculnya aplikasi TikTok Shop terhadap UMKM produk garment di Pasar Tanah Abang dengan menggunakan analisis teori teknologi dan ekonomi yang dijelaskan oleh Smelser dan teori kekerasan dari Johan Galtung .

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi penulis lain untuk memberikan informasi serta pengetahuan yang terdapat dalam suatu kajian ilmu bidang sosial supaya penelitian ini bisa menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya. Serta penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana Sosiologi (S.Sos) di Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi skripsi ini memiliki sistem penulisan yang terbagi menjadi tiga bagian dan setiap bab terdapat sub-bab yang memiliki penjelasan yang berbeda-beda untuk menjelaskan topik penelitian. Namun berikut akan dijelaskan sistematika dari penulisan Skripsi :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan ini peneliti menjelaskan tentang pesatnya perkembangan teknologi serta adanya transformasi digital yang dapat memudahkan aktifitas manusia. Disajikan juga data UMKM terakhir serta jumlah persebaran di Indonesia. Fenomena *social commerce* yang tengah terjadi pada platform TikTok

menimbulkan gejala permasalahan di Indonesia karena pada social media TikTok terdapat fitur yang dinamakan TikTok Shop terdapat indikasi *Predatory Pricing* yang menyebabkan kehancuran pada UMKM di Indonesia. Topik penelitian yang berjudul “Kekerasan Ekonomi Pada UMKM Garment Pasar Tanah Abang” dengan rumusan masalah yaitu Bagaimana kekerasan ekonomi melalui *Predatory Pricing* dapat terjadi pada perdagangan dengan adanya aplikasi TikTok Shop terhadap UMKM Garment Pasar Tanah Abang, dengan tujuan Untuk mengetahui bagaimana pola kekerasan ekonomi melalui *Predatory Pricing* dapat terjadi pada perdagangan dengan adanya aplikasi TikTok Shop terhadap UMKM Garment Pasar Tanah serta memiliki manfaat untuk memberikan informasi pengetahuan yang terdapat dalam suatu kajian ilmu bidang sosial.

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini terdapat kajian pustaka dan penelitian terdahulu yang mana hal ini dapat dijadikan sebagai referensi dari penelitian ini, tujuannya adalah agar dapat melakukan perbandingan guna memahami persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang sedang dilakukan saat ini. Selanjutnya pada bagian kerangka konsep peneliti menjelaskan konsep yang akan dipakai dalam penelitian ini seperti Kekerasan, *E-Commerce*, UMKM, Sosial Media, *Social Commerce*, dan *Predatory Pricing*. Kemudian pada bagian teori dalam menjelaskan penelitian ini teori yang digunakan dalam menganalisis permasalahan yang diteliti yaitu teori Teknologi dan Ekonomi dari Neil John Smelser dan teori pendukung lainnya, pada bagian kerangka pemikiran terdapat tabel yang digunakan untuk memudahkan alur penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti mengadopsi metode penelitian kualitatif deskriptif. Penentuan informan dilakukan melalui teknik purposive sampling, dan metode pengumpulan data melibatkan observasi, dokumentasi, serta wawancara. Teknik pengolahan data melibatkan reduksi data, penyajian data, dan analisis data. Penelitian ini akan dilaksanakan di Pasar Tanah Abang dengan batas waktu yang telah ditetapkan. Dengan pendekatan kualitatif ini, diharapkan penelitian dapat memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika kekerasan ekonomi melalui

Predatory Pricing dalam konteks UMKM produk garmen di Pasar Tanah Abang melalui TikTok Shop.

BAB 4 PEMBAHASAN

Bab ini merangkum dan menyajikan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Informasi yang ditemukan akan dianalisis lebih lanjut dalam pembahasan, yang secara rinci membahas setiap aspek berdasarkan rumusan masalah. Pembahasan mencakup gambaran umum tentang lokasi penelitian, menggambarkan dengan detail lingkungan dan dinamika di Pasar Tanah Abang. Selanjutnya, pembahasan ini mendalam dengan menyajikan deskripsi hasil wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber yang dianggap memiliki relevansi dalam konteks penelitian ini. Melalui uraian ini, diharapkan pembaca dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai temuan penelitian serta keterkaitannya dengan rumusan masalah yang telah diajukan.

BAB 5 PENUTUP

Pada bagian ini, menyajikan rangkuman menyeluruh dari hasil penelitian yang telah dianalisis secara mendalam dan dijadikan sebagai kesimpulan. Kesimpulan ini muncul dari proses pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, di mana setiap temuan dan aspek penelitian diperinci dan dievaluasi. Kesimpulan ini tidak hanya mencerminkan jawaban terhadap rumusan masalah, tetapi juga menyajikan wawasan baru, interpretasi, dan implikasi yang mungkin timbul dari penelitian. Secara keseluruhan, bagian ini memberikan gambaran singkat namun substansial tentang hasil akhir penelitian dan menyajikannya sebagai jawaban komprehensif terhadap tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

LAMPIRAN

Dalam bagian lampiran ini, peneliti berupaya menyajikan bukti-bukti konkret yang terkumpul selama pelaksanaan penelitian, seperti surat permohonan informasi, dokumentasi penelitian, catatan kegiatan, dan transkrip wawancara dari setiap narasumber.