



**DAMPAK MASUKNYA PRODUK CHINA KE INDONESIA
MELALUI MEDIA DIGITAL TIKTOK SHOP TERHADAP
UMKM DI INDONESIA TAHUN 2023**

UNIVERSITAS NASIONAL

SKRIPSI

Intan Nuryahya Saputri

193507516044

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1)
Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Nasional

ILMU SOSIAL DAN POLITIK

HUBUNGAN INTERNASIONAL

UNIVERSITAS NASIONAL

JAKARTA

2024



**ASSESSING THE IMPACT OF CHINESE PRODUCT
PENETRATION INTO INDONESIA THROUGH TIKTOK
SHOP DIGITAL MEDIA ON INDONESIA MICRO, SMALL,
MEDIUM ENTERPRISES IN 2023**

UNIVERSITAS NASIONAL

SKRIPSI

Intan Nuryahya Saputri

193507516044

Submitted as one of the requirements to obtain a bachelor's degree (S1)
International Relations study program, National University

SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

INTERNATIONAL RELATIONS

NATIONAL UNIVERSITY

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Intan Nuryahya Saputri
NPM : 193507516044
Judul skripsi : Dampak Masuknya Produk China Ke Indonesia Melalui Media Digital Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia Tahun 2023

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, ataupun sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya. Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Intan Nuryahya Saputri

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Intan Nuryahya Saputri

NPM : 193507516044

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : Dampak Masuknya Produk China Ke Indonesia Melalui Media Digital Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia Tahun 2023

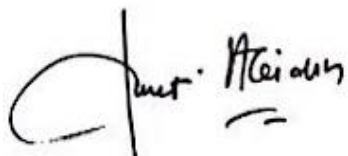
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Nasional

Disetujui untuk disahkan

Jakarta, Februari 2024

Dosen Pembimbing

Dekan



Drs. Yumetri Abidin, M.Si.



Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Intan Nuryahya Saputri
NPM : 193507516044
Program studi : Hubungan Internasional
Judul skripsi : Dampak Masuknya Produk China Ke Indonesia Melalui Media Digital Tiktok Shop Terhadap UMKM Di Indonesia Tahun 2023

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si.

Penguji I : Drs. Yumetri Abidin, M.Si.

Penguji II : Dr. Aiyub Muksin, M.A., MM

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 16/02/2024

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : INTAN NURYAHYA SAPUTRI
NPM : 193507516044
Fakultas/Akademik : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Prodi & Konsentrasi : HUBUNGAN INTERNASIONAL
Tanggal Sidang : 16 FEBRUARI 2024

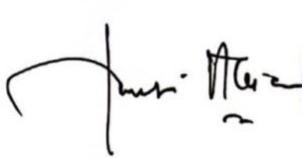


JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA

DAMPAK MASUKNYA PRODUK CHINA KE INDONESIA MELALUI MEDIA DIGITAL TIKTOK SHOP TERHADAP UMKM DI INDONESIA TAHUN 2023

JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS

ASSESSING THE IMPACT OF CHINESE PRODUCT PENETRATION INTO INDONESIA THROUGH TIKTOK SHOP DIGITAL MEDIA ON INDONESIA MICRO, SMALL, MEDIUM ENTERPRISES IN 2023

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL: 27/2/2024	TGL: 27/2/2024	TGL: 27/02/2024
 Drs. Yumetri Abidin, M.Si.	 Harry Darmawan, S. Hum., M.Si.	 Intan Nuryahya Saputri



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : INTAN NURYAHYA SAPUTRI
Nomor Pokok Mahasiswa : 193507516044
Fakultas / Akademik : FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Prodi / Konsentrasi : HUBUNGAN INTERNASIONAL
Judul Skripsi : DAMPAK MASUKNYA PRODUK CHINA KE INDONESIA
MELALUI MEDIA DIGITAL TIKTOK SHOP TERHADAP UMKM DI INDONESIA TAHUN 2023

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 16 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 27 Februari 2024

Ketua Sidang : Dr. Drs. Zainul Djumadin, M.Si.

Penguji I : Drs. Yumetri Abidin, M.Si.

Penguji II : Dr. Aiyub Muksin, M.A., MM.

Keterangan :

*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.

ABSTRAK

Nama : Intan Nuryahya Saputri
NPM : 193507516044
Program Studi : Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Dampak Masuknya Produk China ke Indonesia Melalui Media Digital Tiktok Shop Terhadap UMKM Indonesia Tahun 2023
Referensi : 20 Buku + 10 Jurnal + 4 Skripsi + 18 Website
Jumlah Halaman : XIX + 108 Hal

<p>Kata Kunci Minat berbelanja, Tiktokshop, UMKM, Teori Neoliberalisme, Teori Sikap Masyarakat, Teori Kepentingan Nasional.</p>	<p>Hubungan antara Indonesia dan Tiongkok telah menguat secara signifikan selama bertahun-tahun, terbukti dengan kerja sama bilateral di bidang perdagangan, investasi, dan pariwisata. Tiongkok sedang berupaya mewujudkan kawasan perdagangan bebas, yang mencakup pengurangan atau penghapusan hambatan perdagangan tarif dan non-tarif, meningkatkan akses terhadap pasar jasa, menyempurnakan peraturan dan ketentuan investasi, dan memperkuat aspek kerja sama ekonomi. Sebagai anggota ASEAN, Indonesia merupakan penerima manfaat dari inisiatif ini. Daya tarik produk Tiongkok di kalangan konsumen Indonesia sebagian besar disebabkan oleh harganya yang terjangkau. Hal ini terutama terlihat dengan munculnya platform <i>e-commerce</i> <i>Tiktok shop</i>, platform besar Tiongkok yang menyediakan algoritma penjualan untuk produk Tiongkok. Meluasnya penggunaan <i>Tiktok shop</i> di kalangan masyarakat Indonesia menyebabkan penurunan penjualan produk UMKM Indonesia sehingga berdampak pada kesejahteraan negara dan berujung pada defisit. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui dampak masuknya produk China ke Indonesia melalui media digital <i>Tiktok shop</i> dan pengaruhnya terhadap UMKM Indonesia tahun 2023. Penulis menggunakan Teori Neoliberalisme, Teori Sikap Masyarakat dan Teori Kepentingan Nasional dalam menganalisa tulisan ini. Penulis juga menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif menggunakan <i>online data base</i> dan wawancara.</p>
<p>Pembimbing</p>	<p>Drs. Yumetri Abidin, M.Si</p>

ABSTRACT

Name : Intan Nuryahya Saputri
NPM : 193507516044
Study Program : International Relations
Thesis Title : Assessing The Impact Of Chinese Product Penetration Into Indonesia Through Tiktok Shop Digital Media On Indonesia Micro, Small, Medium Enterprises In 2023
References : 20 Buku + 10 Journal + 4 Thesis + 18 Website
Number of Pages : XIX + 108 Pages

<p>Keywords Level of Purchasing, Tiktokshop, UMKM, Neoliberalism Theory, Public Attitude Theory, National Interest Theory.</p>	<p>The relationship between Indonesia and China has significantly strengthened over the years, as evidenced by their bilateral cooperation in trade, investment, and tourism. China is working towards establishing a free trade area, which involves the reduction or elimination of both tariff and non-tariff trade barriers, enhancing access to service markets, refining investment regulations and conditions, and bolstering aspects of economic cooperation. As a member of <i>ASEAN</i>, Indonesia is a beneficiary of these initiatives. The appeal of Chinese products among Indonesian consumers is largely attributed to their affordability. This is particularly evident with the rise of the e-commerce platform, <i>Tiktok shop</i>, a major Chinese platform that provides sales algorithms for Chinese products. <i>Tiktok shop's</i> widespread use among Indonesian citizens has led to a decrease in the sales of Indonesian MSME products, thereby impacting the country's welfare and leading to a deficit. This article aims to determine the impact of the entry of Chinese products into Indonesia through the digital media <i>Tiktok shop</i> and its influence on Indonesian MSMEs in 2023. The author uses Neoliberalism Theory, Community Attitude Theory and National Interest Theory in analyzing this article. The author also uses descriptive qualitative research methods using online data bases and interviews.</p>
Advisor	Drs. Yumetri Abidin, M.Si

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang mewakili perasaan saya saat ini kecuali rasa syukur. Untuk itu, saya ucapkan terima kasih kepada Tuhan atas rahmat-Nya, saya dapat menyusun proposal ini dengan baik. Tidak lupa saya mengucapkan terima kasih terhadap bantuan dari pihak yang telah berkontribusi dengan memberikan sumbangan baik pikiran maupun materi sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat waktu serta disusun dengan baik dan rapih dengan judul "DAMPAK MASUKNYA PRODUK CHINA KE INDONESIA MELALUI MEDIA DIGITAL TIKTOK SHOP TERHADAP UMKM DI INDONESIA TAHUN 2023" sebagai salah satu dari syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu (S1) jurusan Hubungan Internasional.

Penulis mengetahui apabila skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya doa, dukungan, bantuan, bimbingan, serta nasehat dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan dan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Hubungan Internasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Akademik dan Keuangan FISIP Universitas Nasional.

4. Bapak Drs. Yumetri Abidin, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan segala arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Harry Darmawan, S.Hum., M.Si., selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional FISIP Universitas Nasional.
6. Kepada Seluruh pegawai pengajar di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Jurusan Hubungan Internasional Universitas Nasional yang sudah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan perkuliahan.
7. Kedua Orang Tua penulis yaitu, Bubun dan Pipi yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kehidupan yang layak dalam setiap langkah hidup penulis yang merupakan anugerah terbesar dalam hidup dan Penulis berharap semoga dapat menjadi anak yang dapat selalu dibanggakan.
8. Adik-adik saya yang saya cintai Lativa, Vatan, Beryl yang selalu memberikan dukungan internal maupun eksternal selama pembuatan skripsi di rumah.
9. Teman terdekat penulis dari Grup Called Love yaitu Hasna, Abel, dan Sovie yang selalu memberikan dukungan yang positif di setiap langkah penulis mengerjakan Skripsi ini dengan penuh ketulusan dan kasih sayang.
10. Teman-teman dekat penulis yaitu Aulia, Ashley, Hesvy, Ivone, Chaca, Shofura, Janet, Lepong, Raya, Sherly, Adel, Hani, Helmi, Ira, Talitha, Utari, Tasya, Rafli, Dwi, Gian, Berlian, Tanika, Bunga, Khoirul yang telah

memberikan dukungan yang baik dan positif selama penulis mengerjakan Skripsi.

11. Kakak-kakak online penulis yaitu Kak Devina, Kak Jia, Kak Natalia, Kak Yudea yang selalu memberikan dukungan yang hangat dan pengaruh positif kepada penulis.

12. Role Model penulis dalam berkarya yaitu Park Jongseong dan Mark Lee yang selalu memberikan pandangan yang baik dan hangat serta membuat hari-hari penulis lebih indah.

13. Kepada Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, salam hangat dengan tulus ikhlas atas pemberian doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya dengan baik skripsi ini.



Jakarta, Januari 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL	XVI
DAFTAR SINGKATAN.....	XVII
ABSTRAK	XVIII
ABSTRACT	XIX
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	10
1.4 KEGUNAAN PENELITIAN.....	10
1.4.1 KEGUNAAN TEORITIS	10
1.4.2 KEGUNAAN AKADEMIS.....	10
1.4.3 KEGUNAAN PRAKTIS	11
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	13
2.2 KERANGKA TEORI.....	14
1. NEOLIBERALISME	15

2. TEORI SIKAP MASYARAKAT	17
3. TEORI KEPENTINGAN NASIONAL	19
4. KONSEP E-COMMERCE DAN E-BISNIS	21
2.3 KERANGKA KONSEPTUAL	25
BAB III.....	26
METODOLOGI PENELITIAN	26
4.1 PENDEKATAN PENELITIAN KUALITATIF	26
4.2 TEKNIK PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA.....	28
1. PENGUMPULAN DATA	28
2. WAWANCARA.....	28
4.3 ASPEK, DIAMETER DAN PARAMETER.....	30
BAB IV	32
ANALISIS MASUK PRODUK CHINA MELALUI DIGITAL TIKTOKSHOP TERHADAP UMKM INDONESIA.....	32
4.1 HUBUNGAN KERJASAMA PERDAGANGAN CHINA DAN INDONESIA	32
4.1.1 KEBIJAKAN PERJANJIAN PERDAGANGAN BEBAS CHINA DENGAN ASEAN ...	37
4.1.2 AWAL MULA TERBENTUKNYA ACFTA	41
4.1.3 PERKEMBANGAN EKSPOR & IMPOR INDONESIA DENGAN CHINA.....	43
4.2 UMKM DI INDONESIA.....	46
4.2.1 PRODUK CHINA DI INDONESIA.....	50
4.2.3 MENURUNNYA DAYA BELI PRODUK LOKAL INDONESIA	56
4.2.4 UMKM INDONESIA TERHADAP ERA DIGITAL.....	60
4.3 PERUSAHAAN BYTE DANCE CHINA.....	64
4.3.1 MUNCULNYA PLATFORM E-COMMERCE TIKTOKSHOP.....	66
4.3.2 DAMPAK DARI TIKTOKSHOP TERHADAP PRODUK UMKM DI INDONESIA DAN MINAT CONSUMER MASYARAKAT INDONESIA	67
4.4 SUBYEK PENELITIAN	69

4.4.1 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	70
4.5 SIKAP MASYARAKAT TERHADAP MASUKNYA PRODUK CHINA MELALUI MEDIA DIGITAL TIKTOKSHOP BERDAMPAK PADA UMKM DI INDONESIA.	71
4.6 SIKAP MASYARAKAT PADA MEDIA DIGITAL TIKTOKSHOP	73
4.6.1 PRODUK CHINA SANGAT MENARIK UNTUK DILIHAT DI MEDIA DIGITAL TIKTOK SHOP	75
4.6.2 PRODUK CHINA LEBIH MUDAH DIPEROLEH DI MEDIA DIGITAL TIKTOKSHOP	76
4.6.3 MEDIA DIGITAL TIKTOKSHOP MERANGSANG UNTUK SEGERA MEMBELI PRODUK CHINA	77
4.6.4 MEDIA DIGITAL TIKTOK SHOP SANGAT MEMUASKAN UNTUK MEMEROLEH PRODUK CHINA SESUAI DENGAN YANG DINGINKAN	78
4.7 SIKAP MASYARAKAT MEMBANDINGKAN PRODUK CHINA DENGAN PRODUK UMKM INDONESIA.....	80
4.7.1. SIKAP TERHADAP PRODUK CHINA LEBIH MURAH DIBANDINGKAN PRODUK UMKM INDONESIA.....	80
4.7.2 PRODUK CHINA LEBIH MUDAH DIPEROLEH DIBANDINGKAN PRODUK UMKM INDONESIA	81
4.7.3 PRODUK CHINA LEBIH BERAGAM DIBANDINGKAN PRODUK UMKM INDONESIA	82
4.7.4 PRODUK CHINA LEBIH UNIK DIBANDINGKAN PRODUK UMKM INDONESIA ...	84
4.7.5 PRODUK CHINA LEBIH BERMUTU DIBANDINGKAN PRODUK UMKM INDONESIA	85
4.7.6 PRODUK CHINA LEBIH BERGENGSI DIBANDINGKAN PRODUK UMKM INDONESIA	86
4.8 IMPLEMENTASI SIKAP MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP PEMBELIAN PRODUK CHINA MELALUI TIKTOKSHOP DAN KAITANNYA DENGAN KEPENTINGAN NASIONAL CHINA	88
4.9 KEBIJAKAN PEMERINTAHAN INDONESIA TERHADAP PENGGUNAAN TIKTOKSHOP	93
BAB V.....	97
KESIMPULAN.....	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Neraca Perdagangan Indonesia Terhadap Cina tahun 2015-2021	35
Gambar 2 - Realisasi Impor ASEAN Dari Rep. Rakyat Cina Berdasarkan Negara Importir Tahun 2021-2022	36
Gambar 3 - Nilai Perdagangan Ekspor-Impor TPT Indonesia dan Tiongkok	51
Gambar 4 - Tabel gambar alasan masyarakat Indonesia lebih memilih metode belanja online dibandingkan dengan belanja secara tradisional UMKM.....	59



DAFTAR TABEL

Table 1 - Tabel Tujuan Ekspor Indonesia - China, 2006-2010 (USD Miliar).....	44
Table 2 - Tabel Tujuan Impor Indonesia - China, 2006-2010 (USD Miliar).....	44
Table 3 - Tabel Data responden	70
Table 4 - Tabel Penggunaan Tiktokshop, produk China, produk UMKM	71
Table 5 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.6.1.....	75
Table 6 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.6.2.....	76
Table 7 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.6.3.....	77
Table 8 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.6.4.....	79
Table 9 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.7.1.....	80
Table 10 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.7.2.....	81
Table 11 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.7.3.....	83
Table 12 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.7.4.....	84
Table 13 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.7.5.....	85
Table 14 - Tabel Responden Wawancara Terhadap Pernyataan 4.7.6.....	86



DAFTAR SINGKATAN

UMKM	= Usaha Mikro Kecil dan Menengah
ASEAN	= Association of Southeast Asian Nations
E-Commerce	= Electronic Commerce
WTO	= World Trade Organization
ACFTA	= ASEAN-China Free Trade Area
GDP	= Gross Domestic Product
BPS	= Badan Pusat Statistik
COD	= Cash On Delivery
TIK	= Teknologi Informasi dan Komunikasi
CRM	= Customer Relationship Management
B2C	= Business to Consumers
AFTA	= ASEAN Free Trade Area
AEC	= ASEAN Economic Community
FTA	= Free Trade Agreement
CAFTA	= China-ASEAN Free Trade Area
EHP	= Early Harvest Program
ERP	= Enterprise Resource Planning
TPT	= Tekstil dan Produk Tekstil
CNAS	= China National Accreditation Service for Conformity Assessment
ILAC	= International Laboratory Accreditation Cooperation
CCPITCSC	= Council for the Promotion of International Trade Commercial Sub-Holding