

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi formulasi kebijakan Permendag 31/2023 (*social commerce*) di Indonesia dalam era digital dengan fokus khusus pada studi kasus Tiktok Shop. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji proses formulasi kebijakan, tantangan yang dihadapi, serta relevansi pendekatan inkrementalis dalam konteks kebijakan *social commerce*.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan berbagai aktor kebijakan termasuk diantaranya pemerintah, pelaku usaha, dan perwakilan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan inkrementalis masih dominan dalam formulasi kebijakan *social commerce* di Indonesia. Kebijakan *social commerce* sendiri dikembangkan secara bertahap dan disesuaikan berdasarkan evaluasi berkelanjutan sebelum akhirnya seperti yang terlihat dalam regulasi Permendag No.31 Tahun 2023.

Temuan penelitian mengungkapkan mengungkapkan beberapa tantangan utama dalam memformulasikan kebijakan *social commerce*. Tantangan utama tersebut diantaranya adalah dipetakan dari perspektif aktor kebijakan. Aktor swasta memberikan masukan mengenai aspek *literasi, edukasi, dan sinergi koordinasi*. Aspek pelaku usaha UMKM digital yang juga berjualan pada platform TikTok Shop menyinggung mengenai perasn Asosiasi Pedagang yang lebih dekat dengan Kementerian kurang dekat dengan para pelaku usaha UMKM tingkat menengah-kebawah sehingga kurang bisa menjadi representasi untuk menyuarakan pendapat ketika *public hearing* dilakukan. Tidak hanya itu penyerapan pajak pada usaha *e-commerce* TikTok Shop masih belum optimal dan kurang ditekankan sehingga fungsi pengawasan masih perlu untuk ditindaklanjuti. Di era digital ini pelaku UMKM juga was-was dengan ketatnya persaingan usaha.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan mengusulkan modifikasi pendekatan inkrementalis yang dikombinasikan dengan elemen-elemen pada *adaptive policy making* yang tertuang dalam *fish bone analysis diagram*.

Kata Kunci: Social Commerce, Kebijakan *E-Commerce*, TikTok Shop, Pendekatan Inkrementalis, Era Digital

ABSTRACT

This research aims to evaluate the formulation of social commerce policies in Indonesia in the digital era, with a specific focus on the case study of TikTok Shop. Employing a qualitative approach, this study examines the policy formulation process, the challenges encountered, and the relevance of the incremental approach in the context of social commerce policies.

Data were collected through in-depth interviews with various policy actors, including government representatives, business operators, and TikTok representatives. The findings indicate that the incremental approach remains dominant in the formulation of social commerce policies in Indonesia. These policies are developed gradually and adjusted based on continuous evaluations, as evidenced by the regulation Permendag No.31 of 2023.

The study reveals several key challenges in formulating social commerce policies, which are mapped from the perspective of policy actors. Private sector actors highlighted issues related to literacy, education, and coordination synergy. Digital MSME operators selling on the TikTok Shop platform mentioned the role of the Traders' Association, which is closer to the Ministry but less so to medium-to-lower-level MSMEs, thus inadequately representing their voices during public hearings. Additionally, tax collection on *e-commerce* businesses like TikTok Shop has not been optimal and requires further enforcement. In this digital era, MSME operators are also concerned about the intense business competition.

This research contributes theoretically by proposing a modification of the incremental approach combined with elements of adaptive policy making, as outlined in the fishbone analysis diagram.

Keywords: Social Commerce, *E-Commerce* Policy, TikTok Shop, Incremental Approach, Digital Era