

## BAB II

### GAMBARAN UMUM TIKTOK SHOP

#### 2.1 Tentang TikTok Shop



Gambar 2.1 Logo TikTok Shop

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

TikTok Shop merupakan bagian dari ByteDance, perusahaan teknologi global yang didirikan pada tahun 2012 oleh Zhang Yiming dan Liang Rubo serta dikenal sebagai pengembang berbagai aplikasi digital seperti TikTok, Lemon8, dan CapCut.

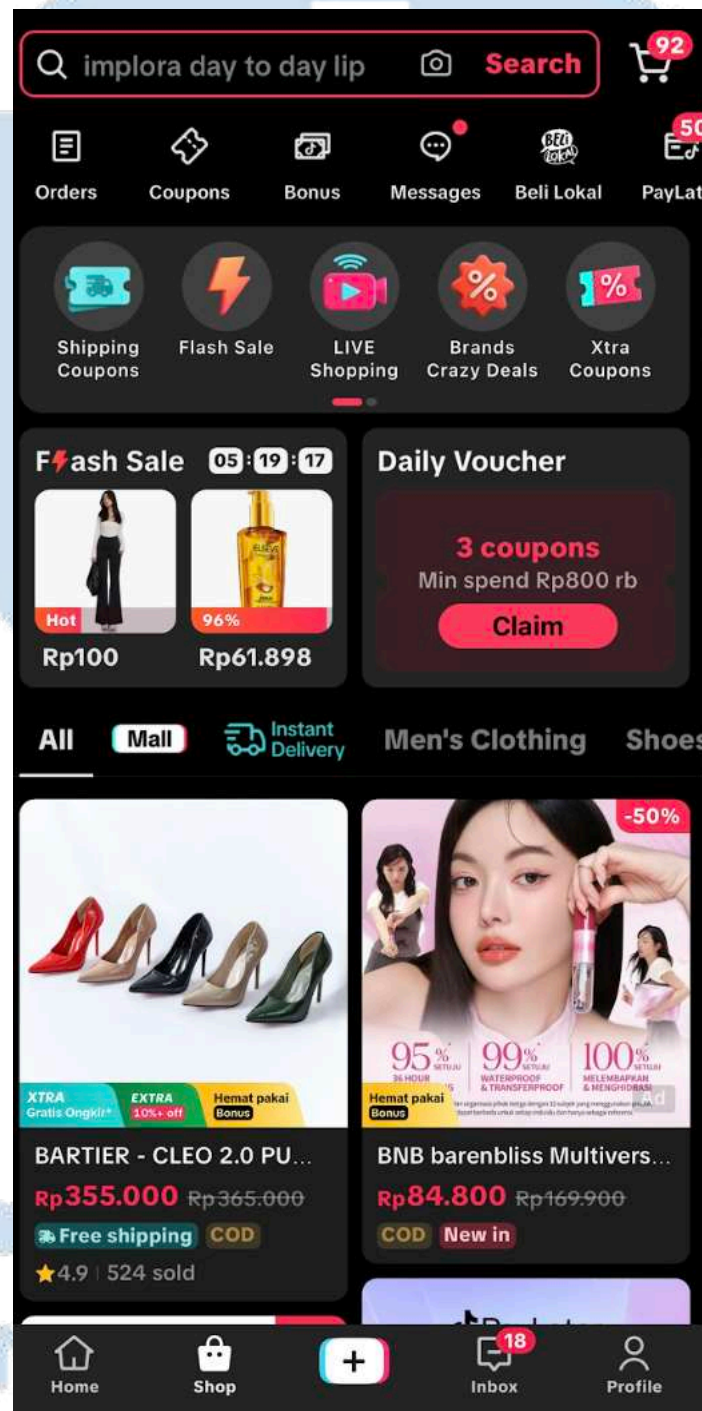


Gambar 2.2 Logo Beberapa Produk ByteDance

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

TikTok Shop sendiri diluncurkan pada tahun 2021 sebagai fitur *social commerce* yang mengintegrasikan aktivitas belanja langsung ke dalam aplikasi TikTok, memungkinkan pengguna untuk menemukan dan membeli produk tanpa harus meninggalkan *platform*. Seiring perkembangannya, TikTok Shop tumbuh pesat di kawasan Asia Tenggara, termasuk Indonesia, yang menjadi salah satu pasar terbesarnya. *Platform* ini menggabungkan konten hiburan dan aktivitas belanja dalam satu aplikasi, serta menjalin kerja sama dengan berbagai merek lokal,

internasional, dan kreator konten untuk memasarkan produk melalui video kreatif dan *live shopping*.



Gambar 2.3 *Homepage* TikTok Shop

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Pada akhir tahun 2023, ByteDance Ltd. melalui TikTok secara resmi mengakuisisi PT Tokopedia. Melalui akuisisi ini, kegiatan operasional TikTok Shop Indonesia kini berada di bawah PT Tokopedia, sebagaimana disahkan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia pada April 2024. Setelah proses integrasi, aplikasi ‘Shop Tokopedia’ menjadi wadah utama yang mengelola aktivitas perdagangan TikTok Shop di Indonesia, termasuk pengelolaan transaksi, data pengguna, serta kolaborasi dengan para penjual (*merchant*). Dengan pendekatan yang inovatif dan kolaboratif, TikTok Shop berkomitmen untuk terus mendukung pertumbuhan ekonomi digital Indonesia melalui pemberdayaan UMKM, brand lokal serta kreator konten yang berperan aktif dalam membangun *brand awareness* produk berbasis media sosial.



Gambar 2.4 Logo TikTok Shop & Tokopedia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)



Gambar 2.5 TikTok Shop by Tokopedia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

## 2.2 Visi Misi TikTok Shop

TikTok Shop sebagai salah satu usaha di bidang industri di Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

### A. VISI

Menjadi tempat utama bagi siapa saja yang ingin menemukan produk bernilai tinggi dan pilihan internasional yang beragam.

### B. MISI

Membantu produk dari berbagai dunia agar dapat mengikuti tren, sekaligus menghadirkan pengalaman belanja yang menyenangkan dan memperkaya keseharian.

## 2.3 Struktur Organisasi TikTok Shop

TikTok Shop merupakan salah satu produk naungan perusahaan ByteDance di bidang *e-commerce* yang telah berjalan 4 tahun. TikTok Shop memiliki berbagai departemen dibawahnya, mulai dari *user, product, creators, sellers, governance, operations, design, supply chain & logistic, strategy* dan *business*. Tim *Content & Agency* dimana penulis menjalani magang berada di bawah naungan departemen *Global E-Commerce Operations*, yang membawahi tim *Content & Agency*, yaitu *Content Management Manager* dan *Content Management Lead* yang bertanggung jawab dalam perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan kerjasama dengan kreator untuk mendukung strategi pemasaran produk secara keseluruhan. Berikut masing-masing tugas pada tim *Content & Agency* dan hubungannya dalam proses kerja magang:

### A. *Content Management Manager*

Pimpinan tertinggi dalam tim *Content & Agency* yang mengawasi dan mengatur seluruh aktivitas strategi kerjasama, pemasaran dan pelaksanaan kampanye pemasaran.

### B. *Content Management Lead*

Berada di bawah *Content Management Manager* dan bertugas mengelola seluruh aktivitas kerjasama dan pemasaran di tim, seperti strategi kerjasama dengan kreator bawah-menengah.

**C. *Creator Collaboration Intern***

Berada di bawah *Content Management Lead* dan memiliki tugas untuk membantu pelaksanaan operasional harian tim, seperti *pitching* kerjasama kepada kreator, pembuatan link produk, *voucher*, mengontrol kualitas konten kreator, *problem solver* untuk segala *troubleshoot* yang terjadi selama proses kerjasama, menganalisis data & *insight* dari produk dan kreator serta mendukung kebutuhan lainnya di bawah arahan *leader*.

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA