

Nama : Anissa Armaylita
Npm : 2313025012
Kelas : PTI 2023 B
Mata Kuliah : E-Commerce

Data yang digunakan: https://youtu.be/ObrU79EFG0g?si=L0TrA4HBrK_xVbix

Penjelasan:

Video ini menjelaskan cara mudah membuat toko online gratis hanya dalam waktu sekitar 15 menit dengan memanfaatkan Canva dan Stripe. Di dalamnya, kamu akan diajak untuk memilih template situs di Canva, mengubah tampilan sesuai kebutuhan, serta menambahkan informasi bisnis dan foto produkmu sendiri.

Selanjutnya, kamu akan membuat akun di Stripe untuk menyiapkan sistem pembayaran. Di sana, kamu bisa menambahkan produk dan membuat tautan pembayaran khusus yang nanti dipasang di tombol atau gambar produk di situs Canva.

Setelah semua terhubung, pembeli bisa langsung melakukan pembayaran lewat situsmu. Video ini cocok buat siapa saja yang ingin mulai berjualan online tanpa ribet dan tanpa biaya bulanan.

Jawab beberapa pertanyaan terkait materi pokok "Build Online Shop"

- 1. Jelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penetrasi pengguna internet di Indonesia berdasarkan wilayah geografis! Berdasarkan survei yang dilakukan, bagaimana perbedaan tingkat penetrasi pengguna internet di wilayah urban, rural-urban, dan rural?**

Jawab:

Perkembangan internet di Indonesia sangat dipengaruhi oleh kondisi geografis dan pemerataan pembangunan infrastruktur.

Beberapa faktor utamanya antara lain:

- a) Infrastruktur jaringan: Kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung sudah didukung jaringan 4G hingga 5G yang stabil, sementara daerah terpencil masih banyak yang bergantung pada sinyal 3G bahkan EDGE.
- b) Kondisi ekonomi: Penduduk di wilayah urban lebih mampu membeli smartphone, laptop, serta paket data internet.
- c) Pendidikan dan literasi digital: Tingkat pendidikan tinggi membuat masyarakat kota lebih cepat memahami cara memanfaatkan internet untuk bisnis, hiburan, dan pendidikan.
- d) Ketersediaan listrik dan sarana pendukung: Wilayah dengan listrik yang stabil mendukung penggunaan perangkat secara terus-menerus.

- e) Konten dan Bahasa lokal: Munculnya konten dalam bahasa daerah dan promosi lokal meningkatkan penggunaan internet di luar Jawa.

Pebedaan antar wilayah:

- a) Urban: penetrasi >80%, penggunaan internet sudah menjadi bagian dari aktivitas harian.
- b) Rular-urban: sekitar 60–70%, mulai meningkat karena ekspansi operator dan tumbuhnya bisnis digital.
- c) Rural: masih di bawah 50%, keterbatasan sinyal, biaya data, dan perangkat masih jadi hambatan utama.

2. Apa saja perangkat yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam mengakses internet menurut survei ini? Jelaskan tren penggunaan perangkat berdasarkan karakteristik wilayah (urban, rural-urban, rural).

Jawab:

Menurut survei APJII dan Kominfo, smartphone adalah perangkat paling populer untuk mengakses internet di Indonesia.

Urutan perangkat yang paling sering digunakan:

- a) Smartphone (utama)
- b) Laptop/ PC
- c) Tablet/ Smart TV

Tren berdasarkan wilayah:

- Urban: masyarakat memiliki lebih dari satu perangkat; penggunaan laptop dan komputer cukup tinggi untuk kerja dan bisnis.
- Rural-urban: mayoritas masih mengandalkan smartphone, laptop hanya digunakan oleh kalangan tertentu.
- Rural: hampir 90% pengguna hanya memakai smartphone, seringkali milik bersama dalam satu keluarga.

Smartphone menjadi primadona karena murah, praktis, mudah digunakan, dan bisa menjangkau hampir semua aplikasi—termasuk belanja online.

3. Berdasarkan survei, bagaimana perilaku pengguna internet Indonesia terkait dengan durasi penggunaan internet per hari dan per minggu? Jelaskan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi durasi penggunaan tersebut.

Jawab:

Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan 4–5 jam per hari untuk online.

Di kota besar, waktu ini bisa mencapai 8 jam karena pekerjaan dan hiburan digital.

Faktor yang memengaruhi:

- a) Biaya kuota internet dan kecepatan jaringan.
- b) Jenis pekerjaan (remote work, bisnis online).
- c) Gaya hidup digital dan tren hiburan seperti TikTok atau YouTube.
- d) Akses terhadap perangkat dan jaringan Wi-Fi

Makin tinggi konektivitas, makin lama durasi penggunaan internet.

- 4. Apa peran sosial media dan mesin pencari dalam pemanfaatan internet di Indonesia? Berdasarkan data survei, sebutkan persentase pengguna yang memanfaatkan kedua layanan ini dan analisis mengapa keduanya mendominasi.**

Jawab:

Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook bukan hanya tempat berbagi konten, tapi juga menjadi sarana utama promosi produk. Sementara mesin pencari seperti Google digunakan untuk riset produk, membandingkan harga, dan mencari toko.

Sekitar 95% pengguna internet Indonesia menggunakan media sosial, sedangkan lebih dari 90% menggunakan mesin pencari setiap hari.

Keduanya dominan karena mereka menjadi pintu masuk utama masyarakat ke dunia digital.

- 5. Survei ini juga mengungkapkan bahwa ada perbedaan besar dalam pemanfaatan internet berdasarkan status sosial ekonomi. Jelaskan bagaimana status sosial ekonomi mempengaruhi tingkat akses dan pemanfaatan internet di Indonesia!**

Jawab:

Status sosial ekonomi memengaruhi seberapa jauh seseorang bisa memanfaatkan internet:

- a) Ekonomi tinggi: akses perangkat lengkap, koneksi stabil, pemanfaatan untuk bisnis dan produktivitas.
- b) Ekonomi menengah: aktif di media sosial dan e-commerce, tapi masih terbatas dalam investasi digital.
- c) Ekonomi rendah: akses terbatas, fokus pada komunikasi dasar dan hiburan gratis.

Kesenjangan ini menunjukkan pentingnya pemerataan akses digital agar semua lapisan masyarakat bisa ikut dalam ekonomi online.

- 6. Salah satu informasi yang ditemukan dalam survei ini adalah kecenderungan pengguna internet untuk membeli barang secara online. Apa saja alasan yang mungkin mendasari perilaku ini dan bagaimana dampaknya terhadap industri e-commerce di Indonesia?**

Jawab:

Alasan utama belanja online:

- a) Praktis, bisa dilakukan kapan saja tanpa harus ke toko.
- b) Banyak promo dan diskon.
- c) Pilihan produk lengkap.
- d) Bisa membaca ulasan pembeli lain.
- e) Pengiriman cepat dan aman.

Dampak terhadap industri e-commerce:

Munculnya banyak platform seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada membuat persaingan ketat. UMKM pun mulai masuk ke pasar digital karena peluangnya besar. Selain itu, industri logistik dan sistem pembayaran digital ikut tumbuh pesat.

- 7. Survei ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna internet di Indonesia sadar tentang pentingnya keamanan data di internet. Jelaskan pengertian kesadaran ini dan bagaimana perilaku pengguna internet terkait dengan perlindungan data pribadi.**

Jawab:

Kesadaran keamanan data artinya memahami bahwa data pribadi harus dilindungi agar tidak disalahgunakan.

Contoh perilaku positif: menggunakan password kuat, tidak membagikan OTP, dan berhati-hati terhadap tautan mencurigakan.

Namun masih banyak pengguna yang belum waspada, terutama di kalangan pemula digital. Karena itu, edukasi literasi digital perlu terus ditingkatkan untuk mendorong perilaku aman di dunia maya.

8. Menurut survei, terdapat berbagai macam pemanfaatan internet dalam bidang gaya hidup, pendidikan, dan sosial politik. Pilih satu bidang dan analisis lebih lanjut mengenai bagaimana internet mempengaruhi perkembangan dalam bidang tersebut di Indonesia.

Jawab:

Internet mengubah cara belajar di Indonesia. Guru dan siswa dapat mengakses sumber belajar kapan pun dan dari mana pun. Platform seperti Ruang Guru, Zenius, dan Google Classroom membuat pembelajaran jadi fleksibel.

Namun, tantangan utamanya tetap pada pemerataan jaringan dan perangkat. Di beberapa daerah, siswa masih harus naik bukit atau mencari sinyal untuk mengikuti kelas daring.

Meski begitu, dampak positifnya besar: belajar jadi lebih mandiri dan kreatif.

9. Jelaskan tren penggunaan aplikasi lokal di Indonesia menurut survei ini. Apa saja faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi lokal dibandingkan dengan aplikasi global?

Jawab:

Aplikasi lokal seperti Gojek, Tokopedia, Dana, dan Bukalapak semakin digemari karena memahami budaya dan kebutuhan masyarakat Indonesia. Mereka menawarkan pembayaran dengan e-wallet lokal, fitur COD, dan bahasa Indonesia yang mudah dipahami.

Aplikasi global seperti Instagram, WhatsApp, dan TikTok tetap populer, tapi aplikasi lokal mulai menyaingi dalam bidang e-commerce dan transportasi.

Faktor pendorong adopsi aplikasi lokal:

- a) Kesesuaian budaya dan layanan lokal.
- b) Dukungan pemerintah untuk ekonomi digital.
- c) Kepercayaan pengguna terhadap layanan dalam negeri.

Kesimpulan:

Internet telah menjadi pondasi utama pertumbuhan e-commerce di Indonesia.

Mulai dari perbedaan geografis, tingkat literasi digital, hingga kemampuan ekonomi—semua memengaruhi cara masyarakat berinteraksi dengan dunia online. Dengan smartphone sebagai perangkat utama dan media sosial sebagai jalur komunikasi, peluang membangun toko online terbuka luas untuk siapa saja.