

The background features a warm, earthy color palette of beige and light brown. It is decorated with stylized, wavy shapes and four detailed illustrations of feathers. The feathers are positioned in the corners: top-left, top-right, bottom-left, and bottom-right. Each feather has a unique pattern of colors and spots, including shades of brown, tan, grey, and hints of blue and orange. The central text is prominently displayed in a bold, dark brown, hand-drawn style font.

Build Online Shop- Pemanfaatan Internet di Indonesia

Identitas



Nama : Devina Efendi

Npm : 2313025050

Kelas : PTI 23B

Perbedaan penetrasi internet

Penetrasi internet di Indonesia berbeda antarwilayah karena kualitas jaringan dan infrastruktur.

- **Perkotaan:** Infrastruktur bagus → akses cepat → toko online berkembang pesat.
- **Rural-Urban:** Akses cukup, tetapi tidak merata → perkembangan bertahap.
- **Rural/Desa:** Sinyal terbatas dan literasi digital rendah → pelaku usaha masih kesulitan memasarkan produk secara online.
- Perbedaan ini berdampak pada kecepatan pertumbuhan bisnis digital di setiap daerah.

The slide features a warm, earthy color palette of beige and tan. In the corners, there are artistic illustrations of feathers: a brown feather with yellow spots in the top-left, a multi-colored feather (blue, orange, grey) with black spots in the top-right, a grey feather with orange and black spots in the bottom-left, and a brown feather with yellow spots in the bottom-right. The background is composed of soft, wavy organic shapes in shades of beige.

Perangkat akses internet

Sebagian besar masyarakat mengakses internet menggunakan **smartphone**.

Website dan aplikasi toko online perlu dibuat **mobile-friendly** agar mudah digunakan.

- Di kota, laptop dan PC juga digunakan untuk mengelola bisnis.
- Di desa, ponsel menjadi perangkat utama untuk belanja dan jualan online.
- Hal ini mempengaruhi desain, tampilan, dan fitur toko online agar mudah diakses lewat ponsel.

Durasi penggunaan internet

Pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu cukup lama setiap hari, terutama pada media sosial, hiburan, dan belajar.

Durasi yang tinggi ini meningkatkan peluang seseorang melihat **produk, iklan, atau promo toko online.**

Semakin sering online, semakin besar kemungkinan melakukan transaksi digital.

Media sosial & mesin pencari

01

Media Sosial

(Instagram, TikTok, Facebook):

membangun citra merek dan menarik konsumen melalui konten visual.

02

Mesin Pencari

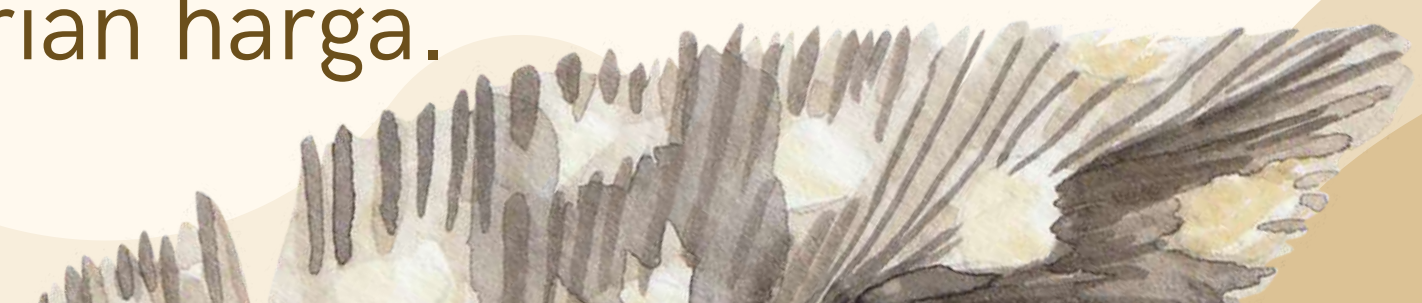
(Google/SEO):

membuat toko lebih mudah ditemukan saat pengguna mencari produk.



Status Ekonomi dan Akses E-Commerce

Tingkat pendapatan mempengaruhi cara seseorang berbelanja online.

- Pendapatan tinggi → memiliki koneksi cepat & sering membeli barang premium.
 - Pendapatan rendah → mengutamakan harga murah dan promo.
 - Oleh karena itu, strategi toko online perlu menyesuaikan target pasar, seperti pilihan metode pembayaran dan varian harga.
- 
- 

Alasan Belanja Online

Masyarakat memilih belanja online karena:

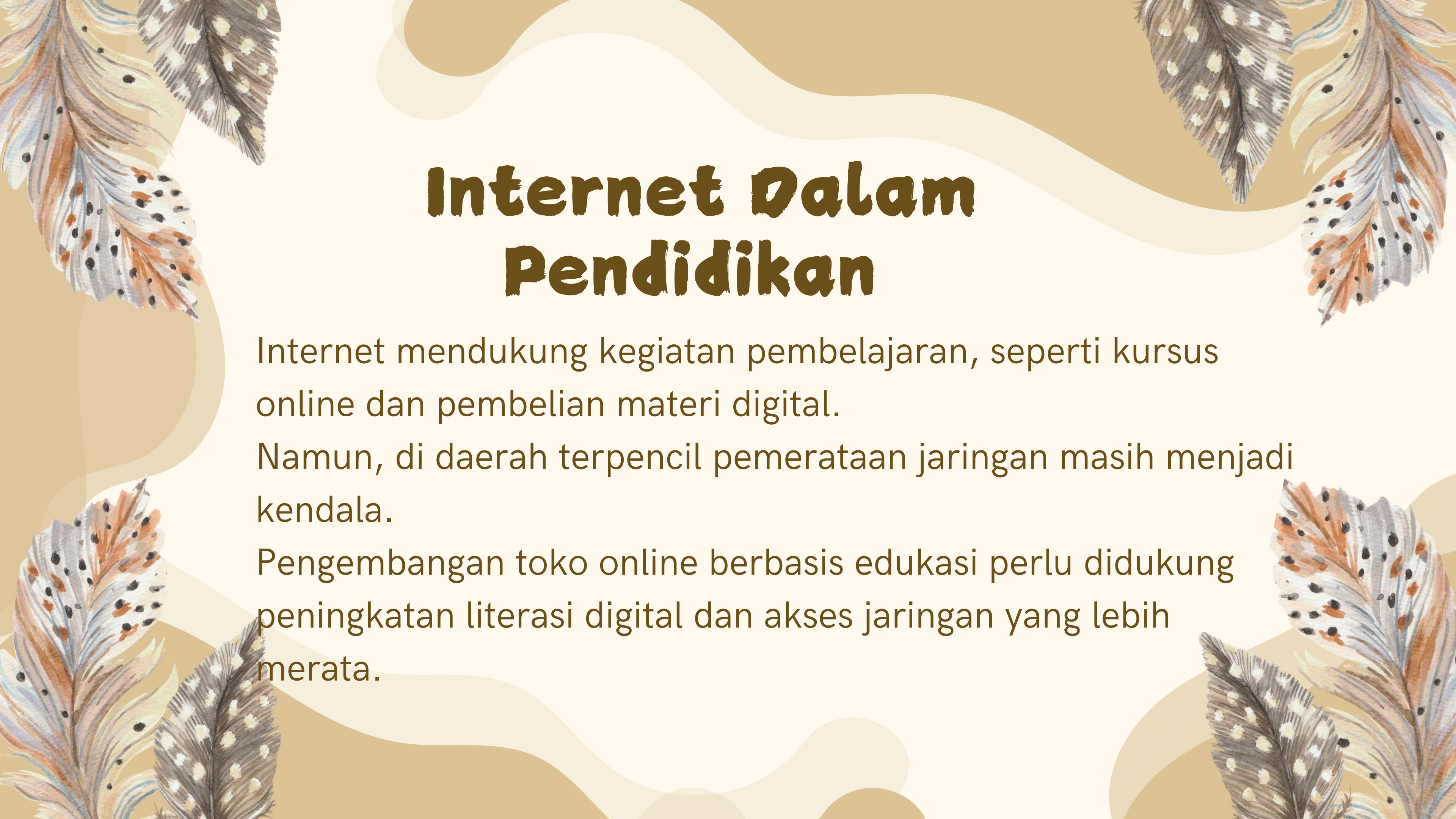
- Praktis dan tidak perlu datang ke toko.
- Banyak pilihan barang dan mudah membandingkan harga.
- Promo menarik dan pengiriman cepat.
- Kepercayaan terhadap pembayaran digital juga semakin meningkat sehingga belanja online menjadi kebiasaan.

Kesadaran Keamanan Data

Kesadaran mengenai keamanan data mulai tumbuh, namun pengguna masih perlu lebih berhati-hati.

Toko online harus menyediakan:

- Sistem keamanan transaksi
- Autentikasi akun
- Kebijakan privasi yang jelas
- Keamanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan.



Internet Dalam Pendidikan

Internet mendukung kegiatan pembelajaran, seperti kursus online dan pembelian materi digital.

Namun, di daerah terpencil pemerataan jaringan masih menjadi kendala.

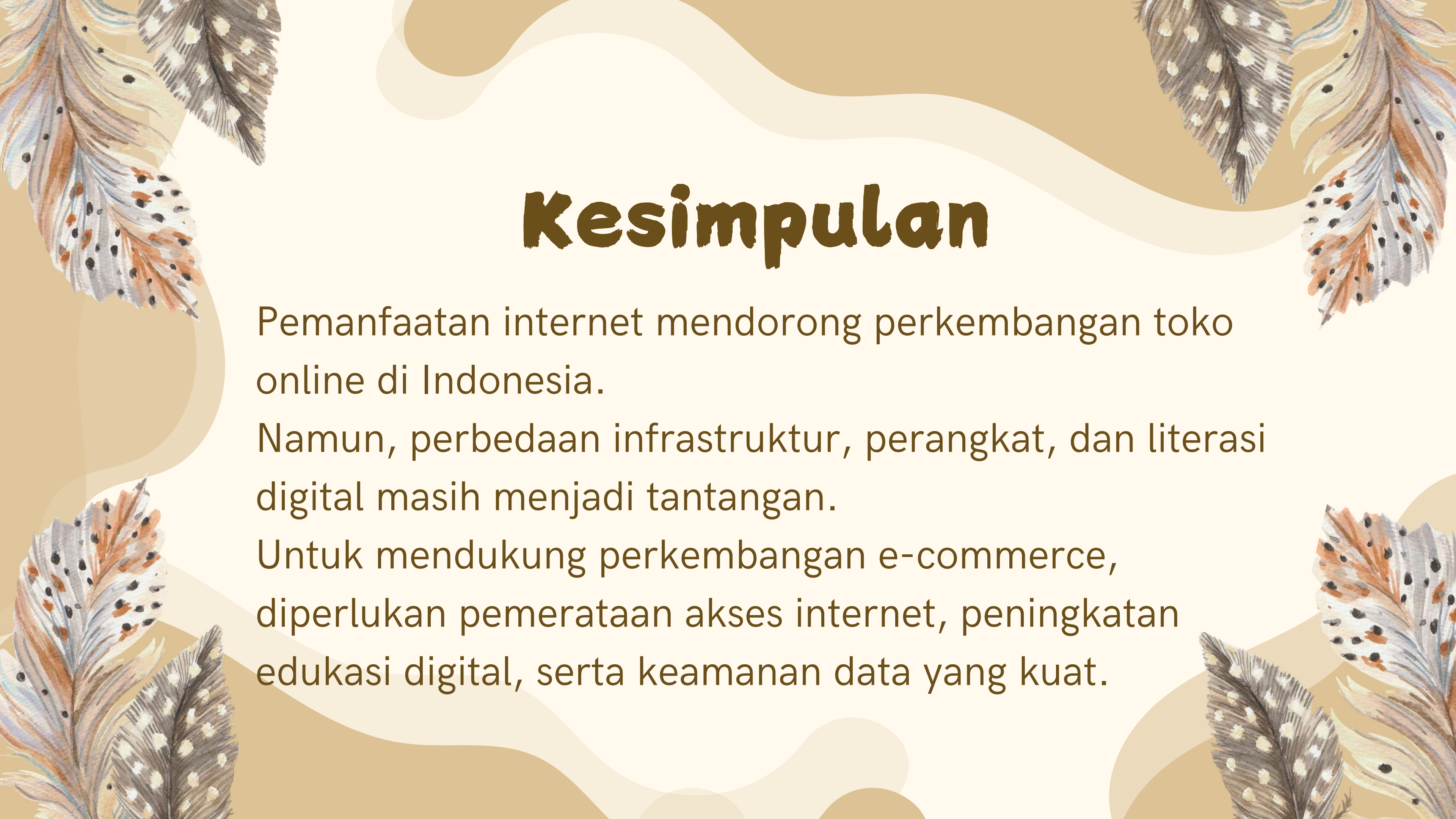
Pengembangan toko online berbasis edukasi perlu didukung peningkatan literasi digital dan akses jaringan yang lebih merata.

Tren Aplikasi Lokal

Aplikasi lokal seperti Tokopedia, Bukalapak, Gojek, dan DANA berkembang karena sesuai karakter dan kebutuhan masyarakat Indonesia.

Mereka mendukung pelaku UMKM untuk memperluas pasar dan mempermudah transaksi digital.

Ini menunjukkan potensi besar industri e-commerce lokal untuk terus tumbuh.



Kesimpulan

Pemanfaatan internet mendorong perkembangan toko online di Indonesia.

Namun, perbedaan infrastruktur, perangkat, dan literasi digital masih menjadi tantangan.

Untuk mendukung perkembangan e-commerce, diperlukan pemerataan akses internet, peningkatan edukasi digital, serta keamanan data yang kuat.

**TERIMA
KASIH**

