

Nama: Ivan Tri Fajar Kurnianto

NPM: 2313025010

Kelas: PTI 23 B

Mata Kuliah: E-Commerce

Soal:

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

Jawab:

Sumber Data: <https://survei.apjii.or.id/>

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh APJII 2024, faktor utama yang menentukan tingkat penggunaan internet adalah adanya kesenjangan infrastruktur digital antara daerah kota dan desa.
 - Perbedaan Tingkat Penggunaan:
 - Wilayah Kota: Di area perkotaan, penggunaan internet sangat tinggi, mencapai angka 82,2%. Bagian ini menyumbang sebagian besar, yaitu 69,5%, dari total seluruh pengguna internet di Indonesia.
 - Wilayah Desa: Di sisi lain, penggunaan internet di daerah pedesaan tercatat lebih rendah, yakni 74%.
 - Analisis: Kesenjangan yang ada menunjukkan bahwa keberadaan dan kualitas infrastruktur, seperti jaringan serat optik serta kestabilan sinyal 4G/5G, masih sangat terfokus di area perkotaan. Daerah pedesaan masih mengalami berbagai kendala berkaitan dengan akses dan biaya layanan.
2. Rangkuman dari survei APJII 2024 lebih menekankan pada metode konektivitas dibandingkan dengan perangkat tertentu yang dirinci menurut wilayah.
 - Metode Akses (Nasional):
 - Data Seluler: Masih menjadi pilihan utama, digunakan oleh 74,3% dari pengguna.
 - WiFi Rumah: Penggunaan mengalami peningkatan menjadi 22,4%.
 - Tren Perangkat: Meskipun informasi spesifik berdasarkan wilayah tidak disediakan dalam ringkasan ini, gambaran umum tren adalah:
 - Smartphone menjadi pilihan utama untuk mengakses internet di seluruh wilayah, baik pedesaan maupun perkotaan, karena keterjangkauan dan kemudahan bergerak.
 - Di daerah perkotaan, penggunaan perangkat lain seperti PC/Laptop dan Smart TV (yang terhubung ke WiFi rumah) cenderung lebih umum karena

tersedianya infrastruktur fixed broadband yang lebih baik serta tingkat sosial ekonomi yang lebih tinggi.

3. Rangkuman publik dari survei APJII 2024 tidak memberikan penjelasan terperinci mengenai rata-rata lama waktu internet dipakai setiap hari atau minggunya. Informasi ini biasanya disediakan oleh lembaga penelitian lain seperti We Are Social atau GoodStats.

- Faktor-Faktor Yang Mungkin Mempengaruhi Lama Waktu:
 - Pekerjaan dan Pendidikan: Bekerja dari rumah (WFH) atau mengikuti kelas online meningkatkan waktu pemakaian.
 - Hiburan: Menonton video, mendengarkan musik, dan bermain game di dunia maya.
 - Aktivitas di Media Sosial: Keterlibatan dalam platform media sosial yang menyita waktu.
 - Kualitas Jaringan: Jaringan yang handal (biasanya di daerah perkotaan) memungkinkan penggunaan yang lebih lama dan penggunaan data yang lebih intensif.

4. Sarana komunikasi dan pencarian informasi di internet di Indonesia ditopang oleh media sosial dan mesin pencari.

- Dominasi: Keduanya unggul karena peran sentral yang dimiliki:
 - Mesin Pencari: Berfungsi sebagai akses utama untuk menemukan berbagai informasi.
 - Media Sosial: Menjadi sarana utama untuk berkomunikasi, bersenang-senang, dan saling berinteraksi.
- Data Survei: Rangkuman dari survei APJII tahun 2024 tidak memberikan angka spesifik mengenai persentase pengguna dari masing-masing layanan ini (karena diperkirakan hampir semua pengguna internet memanfaatkannya).
- Temuan Terkait (dari APJII 2024): Survei tersebut mengungkapkan platform yang paling disukai berdasarkan kelompok usia. Contohnya, Instagram menjadi pilihan utama Gen Z, sedangkan Facebook masih populer di kalangan Milenial. Hal ini

menggambarkan sejauh mana media sosial telah menyatu dalam kehidupan sehari-hari.

5. Survei APJII 2024 (serta survei sebelumnya) secara berulang menunjukkan bahwa Status Sosial Ekonomi (SSE) memiliki dampak besar terhadap cara orang mengakses dan menggunakan internet.

- Tingkat Akses: Individu dengan SSE yang lebih tinggi (Menengah-Atas) menunjukkan angka penetrasi internet yang hampir mencapai maksimum (hampir 100%). Mereka mampu membeli perangkat yang lebih canggih dan membayar untuk layanan internet tetap broadband (WiFi di rumah) yang lebih handal dan mahal.
- Pemanfaatan: Para pengguna dengan SSE yang lebih rendah (Menengah-Bawah) mungkin mendapatkan akses internet (sering melalui paket data seluler kecil), tetapi penggunaannya cenderung terbatas pada komunikasi dasar (seperti chatting) dan media sosial. Di sisi lain, kelompok dengan SSE yang lebih tinggi cenderung memanfaatkan internet untuk layanan yang lebih kompleks seperti e-commerce, perbankan digital, investasi, dan streaming premium.

6. Meskipun penelitian APJII lebih menekankan pada tingkat penetrasi, survei lainnya (seperti yang diselenggarakan oleh We Are Social atau perusahaan riset pasar) sering kali menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku e-commerce yang juga dibahas dalam konteks penggunaan internet.

- Alasan Utama (berdasarkan sejumlah penelitian):
 - Kupon, Diskon, dan Promo: Hal utama yang menarik minat konsumen di Indonesia adalah harga yang lebih murah serta penawaran promosi (contohnya, pengiriman gratis).
 - Praktis dan Efisien: Kemudahan untuk memesan dari berbagai lokasi dan waktu tanpa perlu pergi ke toko fisik.
 - Lebih Banyak Pilihan: Marketplace daring menyediakan variasi produk yang lebih luas dibandingkan dengan toko-toko fisik.

- Kemudahan Membandingkan Harga: Konsumen dapat dengan cepat membandingkan harga dari berbagai penjual.
- Dampak Terhadap Sektor E-commerce: Perilaku ini mempercepat pertumbuhan e-commerce di Indonesia, menjadikannya salah satu pasar terbesar di dunia. Hal ini juga mendorong kompetisi sengit di antara platform dalam menawarkan promosi dan pengalaman pengguna yang terbaik.

7. Kesadaran Keamanan Data

- Hasil Survei APJII 2024:
 - Survei ini mengindikasikan bahwa pemahaman mengenai keamanan siber masih perlu ditingkatkan secara signifikan.
 - Sekitar 42,45% dari responden tidak menyadari adanya insiden terkait keamanan siber.
- Perilaku Pengguna (Insiden yang Dialami):
 - Walaupun banyak yang tidak menyadari, terdapat juga sejumlah orang yang pernah mengalami insiden.
 - Insiden keamanan yang paling umum terjadi meliputi Penipuan Online (32,50%), Kebocoran Data Pribadi (20,97%), dan Infeksi Virus/Malware pada perangkat (19,31%).
- Kesimpulan: Pemahaman (awareness) akan pentingnya perlindungan data masih minim, meskipun ancaman (seperti penipuan dan kebocoran data) nyata dan sering kali terjadi.

8. Internet, khususnya platform media sosial, telah secara signifikan mengubah dinamika sosial politik di Indonesia.

- Sumber Informasi Politik: Berdasarkan hasil studi (yang dilaporkan oleh Kompas. tv mengutip survei yang relevan), internet telah menjadi penyedia informasi politik utama, terutama di kalangan generasi muda seperti Gen Z.
- Peran Media Sosial:

- Diseminasi Cepat: Informasi dan berita politik, termasuk disinformasi atau hoaks, menyebar dengan sangat cepat melalui media seperti X (Twitter), TikTok, dan WhatsApp.
- Partisipasi Publik: Masyarakat memanfaatkan media sosial untuk mengungkapkan pendapat, mengorganisir gerakan sosial (aktivisme digital), dan memberikan kritik secara langsung kepada para pemimpin publik.
- Kampanye Politik: Politisi dan partai politik kini diwajibkan untuk memanfaatkan media sosial sebagai strategi utama dalam berkampanye untuk menjangkau pemilih muda, membangun citra pribadi, serta merespons isu secara langsung.
- Dampak: Internet mempercepat distribusi informasi politik, meningkatkan partisipasi (dan polarisasi) masyarakat, serta menciptakan permintaan yang lebih tinggi untuk transparansi (atau paling tidak, tuntutan untuk transparansi).

9. Rangkuman publik dari survei APJII 2024 tidak mencakup rincian mengenai perbandingan antara penggunaan aplikasi lokal dan yang berskala internasional.

- Faktor yang Mempengaruhi Adopsi (Analisis Umum):
 - Dominasi Internasional: Aplikasi internasional (contohnya WhatsApp, Instagram, TikTok, Google) unggul karena adanya efek jaringan, fitur yang sudah matang, dan dukungan anggaran pemasaran yang besar.
 - Keberhasilan Aplikasi Lokal: Aplikasi lokal mencapai kesuksesan di bidang-bidang yang memerlukan tingkat lokalisasi yang tinggi, seperti:
 - a) E-commerce/Ride-hailing (Super-apps): Contoh: Gojek dan Tokopedia (sekarang dikenal sebagai GoTo). Mereka berhasil dengan memahami aspek logistik di daerah, metode pembayaran, serta kebutuhan spesifik pasar Indonesia.
 - b) Fintech (Pembayaran): DANA, OVO, dan GoPay berhasil berkat integrasi mereka ke dalam ekosistem lokal dan strategi promosi yang agresif.

- c) Media/Konten: Aplikasi berita lokal dan platform streaming (seperti Vidio) yang memiliki hak siar terhadap konten lokal (contohnya: liga olahraga) memiliki posisi yang lebih menguntungkan.