

BUILD ONLINE SHOP: PERILAKU KONSUMEN INDONESIA DI ERA DIGITAL MARKETPLACE

Presented By:
Alya Yuri Agusthin (2313025028)

PENDAHULUAN

- Perkembangan teknologi digital membuat masyarakat Indonesia semakin aktif menggunakan internet untuk berbelanja.
- Marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan TikTok Shop menjadi pusat transaksi utama.



Berdasarkan survei APJII 2024, pengguna internet di Indonesia mencapai 221,56 juta (79,5%) dari total penduduk. Aktivitas paling populer di internet: media sosial (94%) dan belanja online (54%).

- Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen telah berubah - dari belanja konvensional menjadi belanja digital berbasis marketplace.



TREN MARKETPLACE DI INDONESIA

Menurut laporan Google–Temasek e-Conomy SEA 2024, nilai ekonomi digital Indonesia telah mencapai US\$82 miliar, dengan sektor e-commerce sebagai penyumbang terbesar. Marketplace populer seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop menjadi pilihan utama masyarakat untuk berbelanja secara online. Saat ini, sekitar 88% pengguna internet lebih memilih menggunakan aplikasi mobile karena dinilai lebih praktis dan cepat. Tren baru seperti live shopping, promo besar-besaran, dan fitur rekomendasi berbasis AI juga semakin memperkuat minat konsumen untuk bertransaksi di dunia digital.

Sektor Terbasat: E-Commerce



PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN

Sekitar 73% pengguna internet di Indonesia berbelanja online setidaknya sekali setiap bulan. Konsumen kini lebih cerdas dan selektif, membandingkan harga di beberapa platform sebelum membeli.

Faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian adalah:

FAKTOR PENTING KEPUTUSAN BELANJA ONLINE



Harga & promo (85%)



Ulasan dan rating produk (78%)



Kecepatan pengiriman (65%)



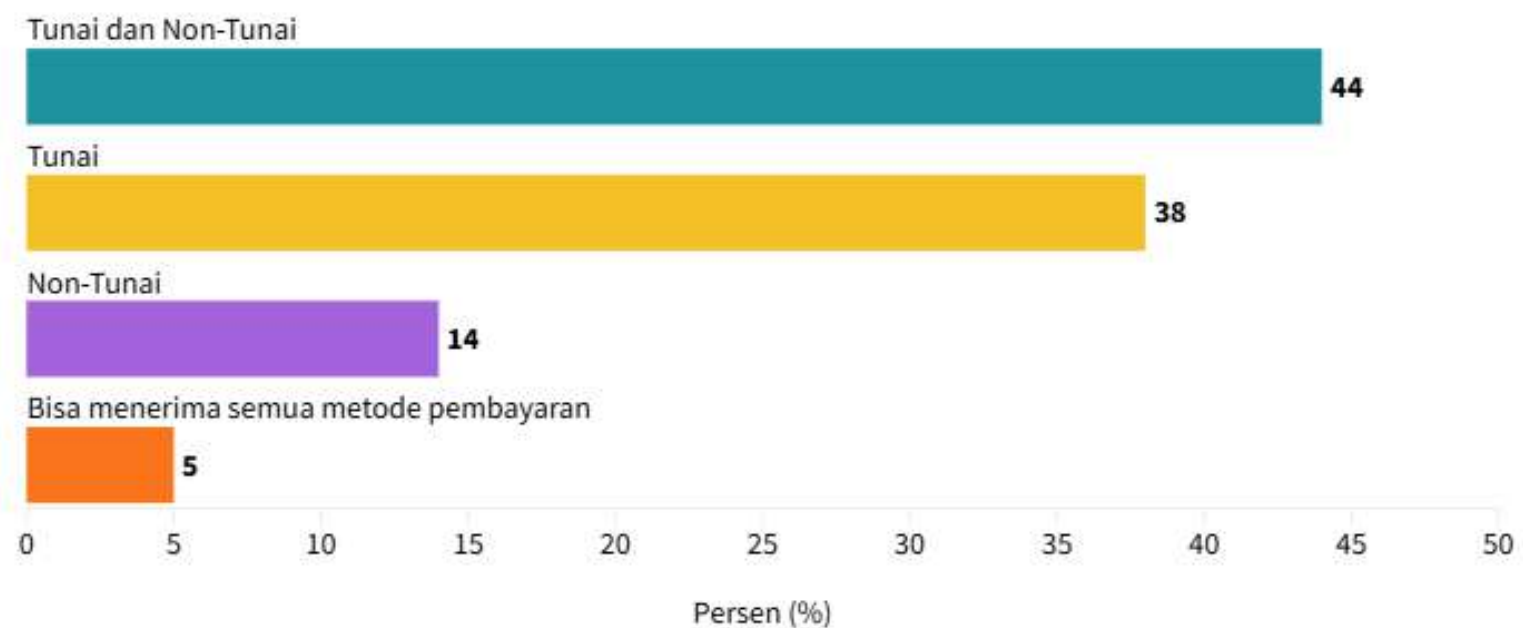
Kredibilitas toko

Sumber: Riset E-Commerce Indonesia (2024)

PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN

DataIndonesia.id

Metode Pembayaran yang Digunakan Responden Indonesia saat Berbelanja (Mei 2025)



Sumber: Snapcart
Visualisasi oleh: Monavia Ayu Rizaty

Perubahan perilaku konsumen di era digital terlihat dari cara mereka berbelanja dan bertransaksi. Berdasarkan survei Snapcart (Mei 2025), 44% masyarakat Indonesia kini menggunakan metode pembayaran campuran antara tunai dan non-tunai, menunjukkan adanya peralihan menuju sistem digital meski uang tunai masih banyak digunakan.

PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN

Generasi muda berusia 18–34 tahun kini menjadi kelompok paling aktif dalam aktivitas belanja online di Indonesia. Mereka tidak hanya memanfaatkan fitur-fitur modern seperti flash sale, live shopping, dan pembayaran instan melalui aplikasi mobile, tetapi juga aktif mengikuti tren promosi di berbagai platform digital. Generasi ini cenderung mencari pengalaman berbelanja yang cepat, praktis, dan interaktif. Selain itu, mereka lebih terbuka terhadap inovasi teknologi dan menjadi pendorong utama berkembangnya ekosistem digital marketplace di Indonesia.



DAMPAK POSITIF ONLINE SHOP

1

Membuka peluang bisnis baru dan mendorong lahirnya wirausaha muda digital.

2

Memudahkan UMKM menjangkau pasar nasional hingga internasional.

3

Meningkatkan inovasi layanan digital dan kualitas persaingan usaha.

4

Memberi kemudahan bagi konsumen dalam mencari dan membandingkan produk.

5

Mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis teknologi di Indonesia.

TANTANGAN ONLINE SHOP

Meskipun online shop di Indonesia berkembang pesat, masih ada sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan. Persaingan ketat antar marketplace sering memicu perang harga yang merugikan penjual kecil. Risiko penipuan digital seperti toko palsu, produk tidak sesuai, hingga ulasan palsu juga masih sering terjadi. Kurangnya literasi digital membuat sebagian konsumen belum paham cara bertransaksi aman di dunia online.

Selain itu, masalah keamanan data pribadi dan keterbatasan infrastruktur digital di beberapa daerah juga menjadi kendala. Biaya pengiriman yang tinggi dan keterbatasan akses internet membuat pemerataan pasar online belum sepenuhnya terwujud. Karena itu, dukungan edukasi dan kebijakan pemerintah sangat penting untuk menciptakan ekosistem e-commerce yang aman, adil, dan berkelanjutan.



KESIMPULAN

Internet dan marketplace telah mengubah cara masyarakat Indonesia berbelanja secara signifikan. Kini konsumen lebih cerdas, praktis, dan mengutamakan keamanan serta kenyamanan dalam transaksi digital. Online shop tidak hanya menjadi tren, tetapi juga bagian penting dari gaya hidup modern dan motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi digital masa depan Indonesia.

**THANK
YOU**

