

**BUILD ONLINE SHOP
E-COMMERCE**

**Dosen Mata Kuliah:
Wartariyus S.Kom, M.T.I.**



Disusun Oleh:
Nama : Marvella Rizkia Fitra
NPM : 2313025044

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMASI
JURUSAN PENDIDIKAN MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

Tema Tugas Pribadi/Mandiri :

Tema Tugas : Build Online Shop

Ketentuan tugas :

1. Setiap mahasiswa mendapat satu tema untuk dikerjakan dalam bentuk word/pdf
2. Boleh menggunakan data dalam bentuk photo atau video (dengan menjelaskan isi yang ingin disampaikan dari photo atau video tersebut)
3. Dibuat PPT
4. Di uplound/share ke VClass dan Google Drive (tidak boleh plagiat)
5. Jika terjadi Plagiat untuk tugas yang dihasilkan maka Nilai secara otomatis dapat E

Terima kasih

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?
 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?
-

Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Berdasarkan laporan DataReportal “Digital 2024: Indonesia” (We Are Social x Meltwater – Januari 2024), kondisi perilaku internet di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan sangat mendukung perkembangan industri 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?

Jawaban:

Penetrasi internet dipengaruhi terutama oleh

- a. ketersediaan dan kualitas infrastruktur jaringan (tower seluler, fiber),
- b. kepadatan dan tipe pemukiman (pusat kota vs pedesaan)
- c. kondisi ekonomi/ daya beli penduduk
- d. literasi digital serta kebutuhan (pekerjaan, pendidikan).

Berdasarkan temuan Digital 2024, perbedaan tingkat penetrasi bersifat kualitatif:

- a. wilayah urban memiliki penetrasi tertinggi karena infrastruktur dan daya beli kuat
- b. wilayah rural-urban (pinggiran/komuter) berada di tengah infrastruktur ada tetapi tidak merata
- c. wilayah rural (desa/dataran terpencil) memiliki penetrasi terendah karena jaringan dan daya beli yang terbatas.

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).

Jawaban:

Perangkat yang digunakan & tren perangkat menurut wilayah DataReportal melaporkan bahwa smartphone adalah perangkat utama (sekitar 98.3% pengguna internet Indonesia), sementara penggunaan laptop/PC jauh lebih rendah (sekitar $\pm 35\%$ – 37% tergantung metrik).

Tren menurut wilayah:

- a. di urban banyak pengguna multi-device (smartphone + laptop/PC untuk kerja/belajar);
- b. di rural-urban smartphone mendominasi tetapi ada penggunaan laptop untuk kebutuhan tertentu
- c. di rural hampir semua aktivitas online mengandalkan smartphone sebagai satu-satunya perangkat

Implikasi praktis strategi online shop harus mobile-first, dengan pengalaman checkout, navigasi, dan media iklan yang dioptimalkan untuk smartphone.

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.

Jawaban:

Rata-rata penggunaan internet di Indonesia tercatat sangat tinggi, sekitar 7 jam 57 menit per hari. Menghitung digit-by-digit $7 \text{ jam} + 57 \text{ menit} = 7 + 57/60 = 7.95 \text{ jam/hari}$.

Per minggu $7.95 \times 7 = 55.65 \text{ jam/minggu}$ (55 jam 39 menit).

Faktor yang mempengaruhi lamanya durasi termasuk

- a. popularitas konten video pendek dan streaming
- b. kebiasaan scrolling sosial media, aktivitas belanja dan riset produk online
- c. kemudahan paket data/kuota
- d. serta penggunaan untuk kerja/belajar jarak jauh.

Semakin banyak layanan hiburan dan social commerce, semakin panjang durasi rata-rata.

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.

Jawaban:

Menurut DataReportal, sosial media dan search engine merupakan kanal utama untuk menemukan informasi produk dan melakukan riset pra-pembelian sekitar 78% pengguna memanfaatkan sosial media untuk mencari info brand/produk, dan sekitar 71% memakai mesin pencari untuk riset/refensi produk.

Alasan dominasi:

sosial media berfungsi ganda sebagai platform hiburan, review, dan marketplace (social commerce serta influencer marketing), sehingga pengguna sering menemukan produk lewat feed/algorithm, mesin pencari digunakan untuk verifikasi, perbandingan harga, dan pencarian informasi terperinci sebelum membeli. Keduanya saling melengkapi, social = discovery & inspiration, search = verification dan comparison.

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!

Jawaban:

Status sosial ekonomi memengaruhi bukan hanya apakah seseorang online, tapi bagaimana mereka memanfaatkan internet. Kelompok ekonomi lebih tinggi cenderung memiliki beberapa perangkat, akses broadband rumah, dan memanfaatkan internet untuk produktivitas (kerja remote, bisnis, pendidikan berbayar). Kelompok ekonomi menengah ke bawah biasanya hanya memiliki satu smartphone, mengandalkan paket data prabayar, dan memakai internet lebih untuk hiburan dan komunikasi. Dengan kata lain, kesenjangan ekonomi menghasilkan kesenjangan kualitas akses (kecepatan, perangkat, layanan) dan perbedaan tujuan pemanfaatan (produktif vs konsumtif).

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?

Jawaban:

Alasan utama perilaku beli online adalah kemudahan dan insentif ekonomi, harga kompetitif, banyak promo/voucher, program gratis ongkir, kemudahan membandingkan produk, dan opsi pembayaran digital yang praktis.

Dampaknya pada industri e-commerce meliputi:

- a. meningkatnya volume transaksi dan persaingan antar marketplace
- b. tumbuhnya social commerce (penjualan langsung lewat sosial media/short video)
- c. kebutuhan brand/UMKM untuk hadir secara digital (optimasi listing, review, konten)
- d. serta tekanan pada logistik dan layanan pembayaran untuk memenuhi ekspektasi konsumen (kecepatan pengiriman, keamanan transaksi).

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.

Jawaban:

Dalam konteks survei, “kesadaran keamanan data” berarti pengguna mengenali risiko kebocoran atau penyalahgunaan data pribadi dan merasa hal itu penting. DataReportal menunjukkan mayoritas pengguna menyatakan kepedulian terhadap privasi digital (angka survei indikator kepedulian berada di kisaran awal 70an persen).

Perilaku yang terlihat, pengecekan reputasi toko/penjual sebelum transaksi, preferensi pada metode pembayaran terpercaya (mis. gateway resmi/marketplace), kewaspadaan terhadap tautan/phishing, dan kehati-hatian memberi izin aplikasi. Namun, kesadaran belum selalu diikuti praktik keamanan sempurna (mis. penggunaan password kuat/2FA belum universal), sehingga masih ada celah perilaku.

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.

Jawaban:

Internet mengubah pendidikan di Indonesia dari model sentral ke model on-demand. Akses materi pembelajaran daring, platform video tutorial, dan kursus online memungkinkan pelajar di luar kota besar mengakses sumber belajar yang sebelumnya sulit diperoleh.

Dampak positif

- a. peningkatan akses pengetahuan
- b. fleksibilitas waktu belajar
- c. naiknya kursus keterampilan (coding, desain, digital marketing).

Tantangan

- a. kesenjangan kualitas (akses broadband dan perangkat)
- b. kebutuhan literasi digital bagi pengajar
- c. standar kualitas materi.

Untuk pengembangan online shop terkait edukasi produk (mis. pelatihan penggunaan produk digital), ini membuka peluang penjualan bundel produk + kursus serta konten edukatif sebagai nilai tambah.

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

Jawaban:

Tren menunjukkan dominasi aplikasi global di banyak kategori (sosial media, search, e-commerce).

Faktor yang membuat aplikasi lokal sulit mengalahkan aplikasi global meliputi:

- a. ekosistem dan dana yang lebih kuat pada pemain global sehingga fitur dan UX lebih matang
- b. trust/brand recognition global
- c. integrasi lintas negara yang menarik bagi pengguna.

Namun, aplikasi lokal punya peluang jika memberi keunggulan lokal (konten berbahasa/berkultur lokal, integrasi metode pembayaran lokal seperti QRIS, dukungan UMKM, fitur yang disesuaikan kebutuhan domestik) serta kampanye pemasaran yang agresif untuk membangun kepercayaan. Adopsi meningkat ketika aplikasi lokal bisa menunjukkan manfaat unik yang tak disediakan pemain global.