

Build Online Shop :

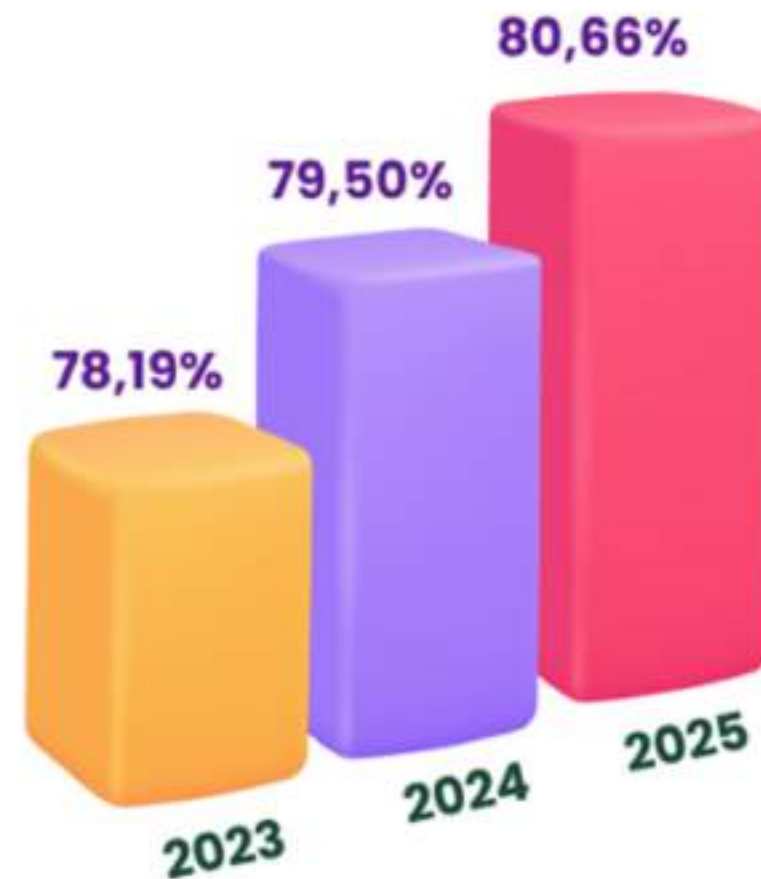
• • “Strategi Membangun Toko Online
• • Berdasarkan Perilaku Pengguna
• • Internet Indonesia 2024”

Presented By:
Rani Martha Dewi 2313025052



DATA SURVEI APJII 2024

**Pertumbuhan Tingkat Penetrasi Internet
di Indonesia Tahun 2023-2025**



Berdasarkan hasil survei APJII tahun 2024, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,50% dari total populasi. Dari jumlah tersebut, sekitar 70% pengguna internet pernah melakukan belanja online melalui berbagai platform seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan TikTok Shop. Produk yang paling banyak dibeli oleh masyarakat adalah pakaian, makanan dan minuman, serta produk kecantikan. Alasan utama konsumen memilih belanja online adalah harga yang lebih murah, banyaknya promo dan diskon, serta kemudahan dalam proses pembayaran dan pengiriman. Data ini menunjukkan bahwa perilaku belanja masyarakat Indonesia semakin bergeser ke arah digital, sehingga toko online menjadi peluang bisnis yang menjanjikan.

PERILAKU PENGGUNA INTERNET INDONESIA



Survei APJII menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk aktivitas sehari-hari, terutama media sosial dan hiburan.

- Media Sosial (97,4%) menjadi aktivitas utama, digunakan untuk komunikasi dan berbagi informasi.
- Hiburan (96,8%) seperti menonton video, musik, dan game juga sangat populer.
- Berita (96,4%) diakses untuk mendapatkan informasi terkini.
- Pendidikan (93,8%) dimanfaatkan untuk belajar dan mencari materi online.
- Komersial (93,1%) menunjukkan meningkatnya minat terhadap belanja online.
- Layanan Publik (91,6%) mulai banyak digunakan untuk urusan administrasi digital.

➡ Kesimpulannya, internet kini menjadi bagian penting kehidupan masyarakat Indonesia untuk bersosialisasi, belajar, dan berbelanja.



PERILAKU PENGGUNA INTERNET INDONESIA



Perilaku pengguna internet Indonesia menunjukkan bahwa konsumen kini lebih cerdas dan selektif dalam berbelanja. Mereka lebih percaya pada toko online yang memiliki ulasan positif, rating tinggi, dan jaminan keamanan transaksi. Selain itu, media sosial seperti Instagram dan TikTok turut memengaruhi minat belanja, karena banyak pengguna yang tertarik pada produk setelah melihat konten promosi atau ulasan dari influencer. Sistem pembayaran digital seperti ShopeePay, GoPay, DANA, dan OVO juga semakin digemari karena dinilai praktis dan cepat. Tren baru seperti live shopping dan flash sale semakin memperkuat kebiasaan masyarakat untuk berbelanja secara online.



Tren Belanja Online di Indonesia

Kebiasaan belanja online semakin meningkat setiap tahun. Konsumen kini lebih memilih berbelanja melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada karena praktis, hemat waktu, dan menawarkan berbagai promo menarik. Selain itu, sistem pembayaran digital seperti e-wallet dan transfer online membuat transaksi semakin mudah dan aman. Tren ini menjadi dasar penting bagi pengusaha untuk memahami preferensi konsumen dan memperkuat kehadiran digital mereka.



Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Online

1. Faktor Kebutuhan

- Konsumen melakukan pembelian karena adanya kebutuhan yang harus dipenuhi, baik kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier. Semakin besar urgensi kebutuhan, semakin cepat keputusan pembelian dilakukan.

2. Faktor Lingkungan

- Lingkungan sosial seperti keluarga, teman, dan tren masyarakat berpengaruh besar terhadap keputusan konsumen. Banyak orang membeli suatu produk karena pengaruh sosial atau rekomendasi dari orang lain.

3. Faktor Kualitas Produk

- Kualitas produk menjadi pertimbangan penting. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki mutu baik, tahan lama, dan sesuai dengan ekspektasi mereka.

4. Faktor Harga

- Harga memengaruhi minat beli secara langsung. Konsumen akan mempertimbangkan apakah harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh.

5. Faktor Promosi

- Promosi yang menarik, seperti diskon, cashback, atau iklan di media sosial, dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Strategi promosi yang tepat mampu meningkatkan minat dan loyalitas pelanggan.

Strategi Membangun Toko Online



Untuk membangun toko online yang sukses, diperlukan strategi yang terarah dan berorientasi pada perilaku konsumen digital. Langkah pertama adalah memahami kebutuhan dan karakter pengguna internet Indonesia. Kemudian, ciptakan tampilan toko online yang menarik, mudah digunakan, dan responsif di berbagai perangkat. Gunakan media sosial sebagai sarana promosi utama untuk menjangkau lebih banyak audiens. Berikan pelayanan pelanggan yang cepat, ramah, dan transparan agar konsumen merasa nyaman dan percaya untuk bertransaksi.

Penerapan Strategi Digital Marketing

Dalam membangun toko online, strategi digital marketing berperan penting untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan penjualan. Pelaku usaha perlu memanfaatkan berbagai platform digital agar produk lebih dikenal luas.

Beberapa penerapan yang efektif antara lain:

- Media Sosial Marketing: menggunakan Instagram, TikTok, dan Facebook untuk promosi visual dan interaksi langsung dengan pelanggan.
- Search Engine Optimization (SEO): mengoptimalkan website agar mudah ditemukan di Google.
- Iklan Berbayar (Ads): memanfaatkan Google Ads atau Meta Ads untuk menjangkau audiens yang lebih spesifik.
- Influencer Marketing: bekerja sama dengan kreator konten agar produk lebih dipercaya dan dikenal masyarakat.
- Email & Content Marketing: membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui konten informatif dan promosi rutin.



Analisis Peluang dan Tantangan

Perkembangan internet di Indonesia membuka peluang besar bagi pelaku usaha untuk membangun toko online. Jumlah pengguna internet yang terus meningkat menciptakan pasar digital yang luas, terutama di kalangan anak muda yang gemar berbelanja online. Selain itu, kemajuan teknologi pembayaran digital dan logistik mempermudah transaksi serta mempercepat proses pengiriman barang.



- 💡 Peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain :
- Peningkatan jumlah pengguna internet setiap tahun.
 - Tren belanja online yang semakin populer di berbagai kalangan.
 - Kemudahan promosi melalui media sosial dan marketplace.
 - Dukungan pemerintah terhadap UMKM digital.

Analisis Peluang dan Tantangan

Namun, di balik peluang besar tersebut, muncul pula sejumlah tantangan yang perlu dihadapi oleh pelaku bisnis online. Persaingan antar toko online semakin ketat, sehingga diperlukan strategi inovatif agar bisa menarik perhatian konsumen. Selain itu, masih ada kekhawatiran tentang keamanan transaksi dan kualitas produk yang dapat memengaruhi kepercayaan pelanggan.



⚠ Tantangan yang dihadapi antara lain:

- Persaingan ketat antar pelaku e-commerce.
- Isu kepercayaan dan keamanan data konsumen.
- Perubahan tren belanja yang cepat dan sulit diprediksi.
- Ketergantungan tinggi pada teknologi dan platform digital.

Untuk tetap bertahan dan berkembang, toko online harus mampu beradaptasi dengan tren digital, meningkatkan inovasi, serta menjaga kepercayaan konsumen melalui pelayanan yang transparan dan berkualitas.

Dampak Sosial dan Ekonomi

01 Meningkatkan Peluang Usaha dan Lapangan Kerja

Kehadiran toko online mendorong banyak masyarakat, terutama pelaku UMKM, untuk memulai bisnis digital. Hal ini menciptakan peluang ekonomi baru dan membuka lapangan kerja di bidang pemasaran, logistik, dan layanan pelanggan.

02 Perubahan Pola Konsumsi dan Gaya Hidup

Belanja online mengubah cara masyarakat berbelanja. Konsumen kini lebih memilih transaksi digital karena praktis, cepat, dan tersedia 24 jam. Pola ini menunjukkan pergeseran gaya hidup menuju era digital yang serba instan dan efisien.

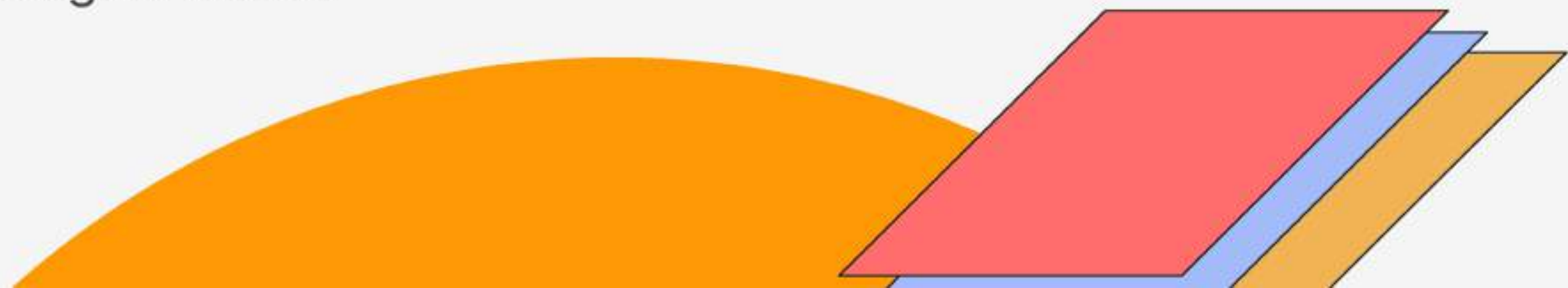
03 Pertumbuhan Ekonomi Digital Nasional

Peningkatan aktivitas e-commerce berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Perputaran uang di sektor digital terus meningkat dan membantu memperkuat daya saing ekonomi nasional di tingkat global.



KESIMPULAN

Membangun toko online yang sukses di Indonesia harus berlandaskan pemahaman terhadap perilaku pengguna internet yang terus berkembang. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet setiap tahun, peluang bisnis digital semakin terbuka lebar. Strategi efektif yang dapat diterapkan meliputi pemanfaatan media sosial, penerapan digital marketing, peningkatan kualitas layanan, serta menjaga kepercayaan konsumen melalui keamanan transaksi dan mutu produk. Selain memberikan kemudahan bagi konsumen, kehadiran toko online juga berdampak positif bagi masyarakat dan perekonomian, seperti membuka lapangan kerja baru, memperluas peluang usaha, serta mendorong pertumbuhan ekonomi digital nasional. Oleh karena itu, toko online yang adaptif, inovatif, dan berorientasi pada kebutuhan konsumen akan mampu bertahan dan berkembang di era digital 2024.



THANK YOU

