

E-COMMERCE

ANALISIS TREN PENGGUNA INTERNET INDONESIA SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN ONLINE SHOP

Presentasi By:

DEWATI ANJASMITA HENDRI YANTO
(2313025002)



PENDAHULUAN

Perkembangan internet di Indonesia semakin pesat dan membuat aktivitas digital seperti belanja online menjadi budaya baru. Dengan jumlah pengguna internet yang terus bertambah, peluang membangun online shop semakin besar. Melalui analisis tren pengguna internet, kita bisa memahami perilaku masyarakat digital Indonesia dan memanfaatkannya sebagai dasar strategi bisnis toko online.

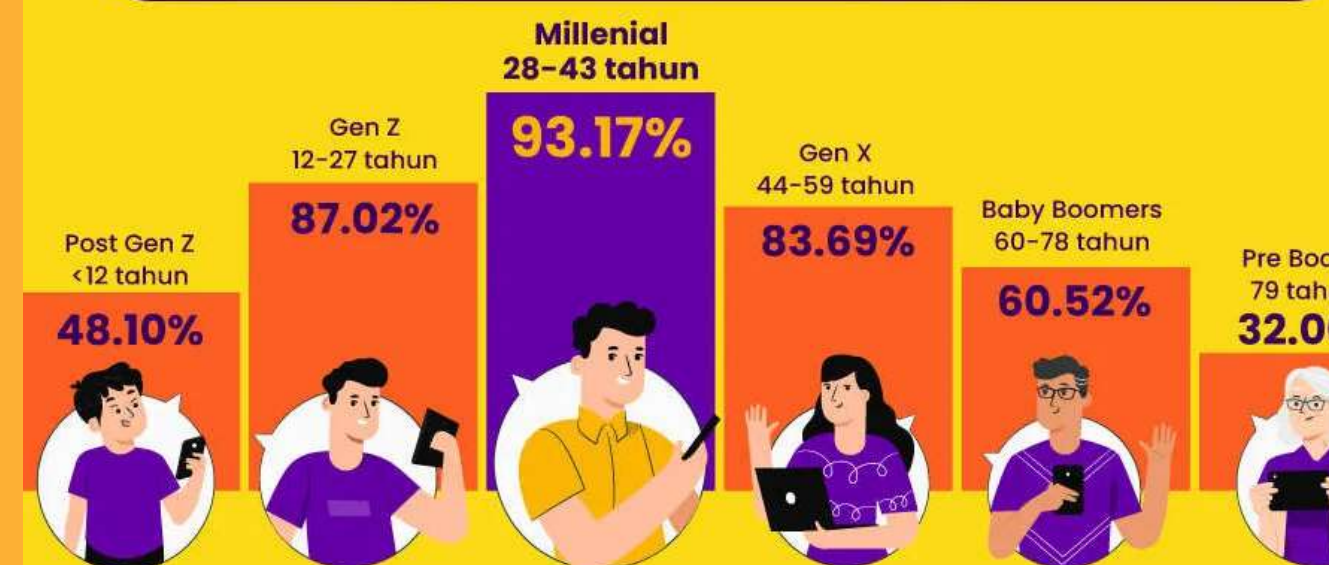


221 Juta Penduduk Indonesia Makin Melek sama Internet

Jumlah penduduk Indonesia yang terkoneksi dengan internet semakin banyak



Dari jumlah itu, pengguna internet Indonesia paling banyak adalah Millenial



Keterangan

Survei dilakukan pada tanggal 18 Desember 2023 s.d 19 Januari 2024

Disebar di 38 Provinsi di Indonesia dengan total responden sebanyak 8.720

Populasi survei adalah WNI yang berusia minimal 13 tahun

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

GAMBARAN UMUM PENGGUNA ONLINE SHOP MENURUT APJII 2024

Menurut survei APJII 2024, pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 221 juta orang atau 79,5% penduduk, dan sebagian besar sudah aktif melakukan belanja online. Aktivitas ini paling banyak dilakukan oleh Generasi Z dan Milenial yang lebih akrab dengan teknologi digital.

Wilayah perkotaan (urban) masih menjadi pusat aktivitas e-commerce karena jaringan internet yang kuat dan tingkat pendapatan yang lebih tinggi. Namun, penggunaan di wilayah rural juga terus meningkat berkat perluasan jaringan 4G/5G dan harga smartphone yang semakin terjangkau.

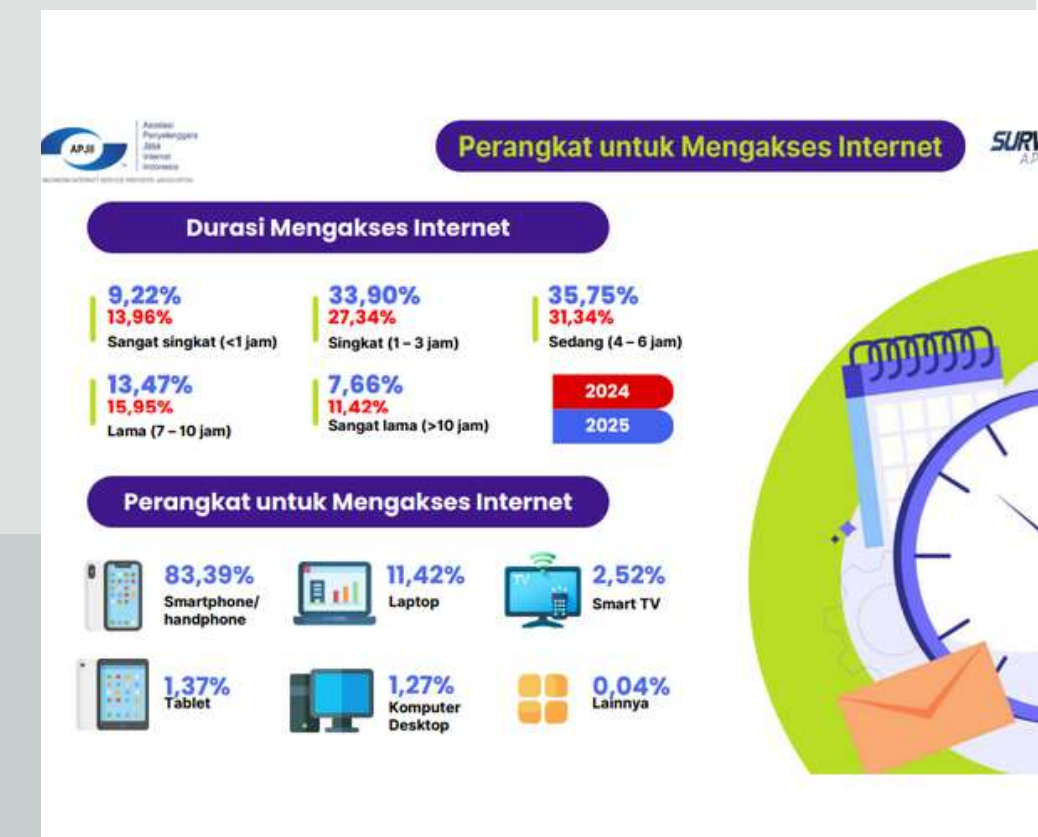
Sebagian besar masyarakat mengakses online shop melalui smartphone, dengan alasan praktis, banyak promo, gratis ongkir, serta mudahnya pembayaran digital seperti e-wallet dan COD. Platform paling populer di Indonesia adalah Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop.

Secara keseluruhan, belanja online kini sudah menjadi gaya hidup digital masyarakat Indonesia dan terus mendorong pertumbuhan ekonomi digital nasional.

DURASI PENGGUNA DAN PERILAKU DIGITAL

Rata-rata waktu penggunaan internet di Indonesia mencapai sekitar 7 jam 38 menit per hari, yang menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian dari rutinitas masyarakat. Waktu tersebut banyak digunakan untuk aktivitas seperti media sosial, e-commerce, hiburan streaming, dan juga kegiatan pendidikan atau pencarian informasi. Dengan durasi penggunaan internet yang tinggi, strategi pemasaran digital seperti promosi melalui sosial media, konten kreatif, dan iklan online sangat berpotensi menjangkau konsumen secara luas.

Dari sisi perilaku digital, sekitar 89% pengguna aktif menggunakan media sosial dan 88% menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat bergantung pada media sosial dan Google untuk mencari produk, ulasan, dan rekomendasi sebelum membeli. Pengguna internet juga semakin memperhatikan review, rating, dan ulasan pengguna lain sebelum memutuskan pembelian. Maka dari itu, pelaku online shop harus memaksimalkan pemasaran melalui platform seperti TikTok dan Instagram, sekaligus memperkuat reputasi dengan menampilkan ulasan pelanggan dan konten video yang menarik dan informatif.



PERTUMBUHAN BELANJA ONLINE

1. Praktis dan Cepat

Belanja bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa perlu ke toko fisik, sehingga lebih menghemat waktu dan tenaga.

2. Banyak Promo dan Cashback

Platform e-commerce menawarkan banyak promo, diskon, cashback, dan gratis ongkir, membuat belanja online lebih hemat dan menarik bagi konsumen.

3. Pilihan Produk Lebih Beragam

Pembeli bisa menemukan berbagai jenis produk dari banyak penjual dalam satu aplikasi, sehingga lebih mudah membandingkan harga dan kualitas.

4. Pengiriman Semakin Cepat

Layanan ekspedisi dan logistik yang semakin berkembang membuat barang sampai lebih cepat, bahkan tersedia opsi pengiriman instan.

5. Metode Pembayaran Lengkap

Tersedia berbagai pilihan pembayaran seperti COD, e-wallet, transfer bank, dan virtual account, sehingga semua kalangan bisa berbelanja dengan mudah.

6. Dampak Terhadap E-Commerce

Dengan meningkatnya minat belanja online, industri e-commerce Indonesia berkembang pesat, terutama platform seperti Shopee, Tokopedia, dan TikTok Shop yang menjadi pilihan utama masyarakat.



DAMPAK TREN INTERNET TERHADAP PERILAKU KONSUMEN



PERUBAHAN POLA BELANJA →

Konsumen lebih suka mencari produk online dulu sebelum beli,
Toko fisik mulai bersaing dengan toko online
Implikasi: Online shop harus menyediakan info produk lengkap,
foto jelas, dan review pengguna.



KONSUMEN LEBIH MELEK HARGA →

Konsumen mudah membandingkan harga antar toko, Aplikasi
perbandingan harga dan fitur promo mempengaruhi
keputusan beli
Implikasi: Strategi harga kompetitif + diskon jadi kunci.

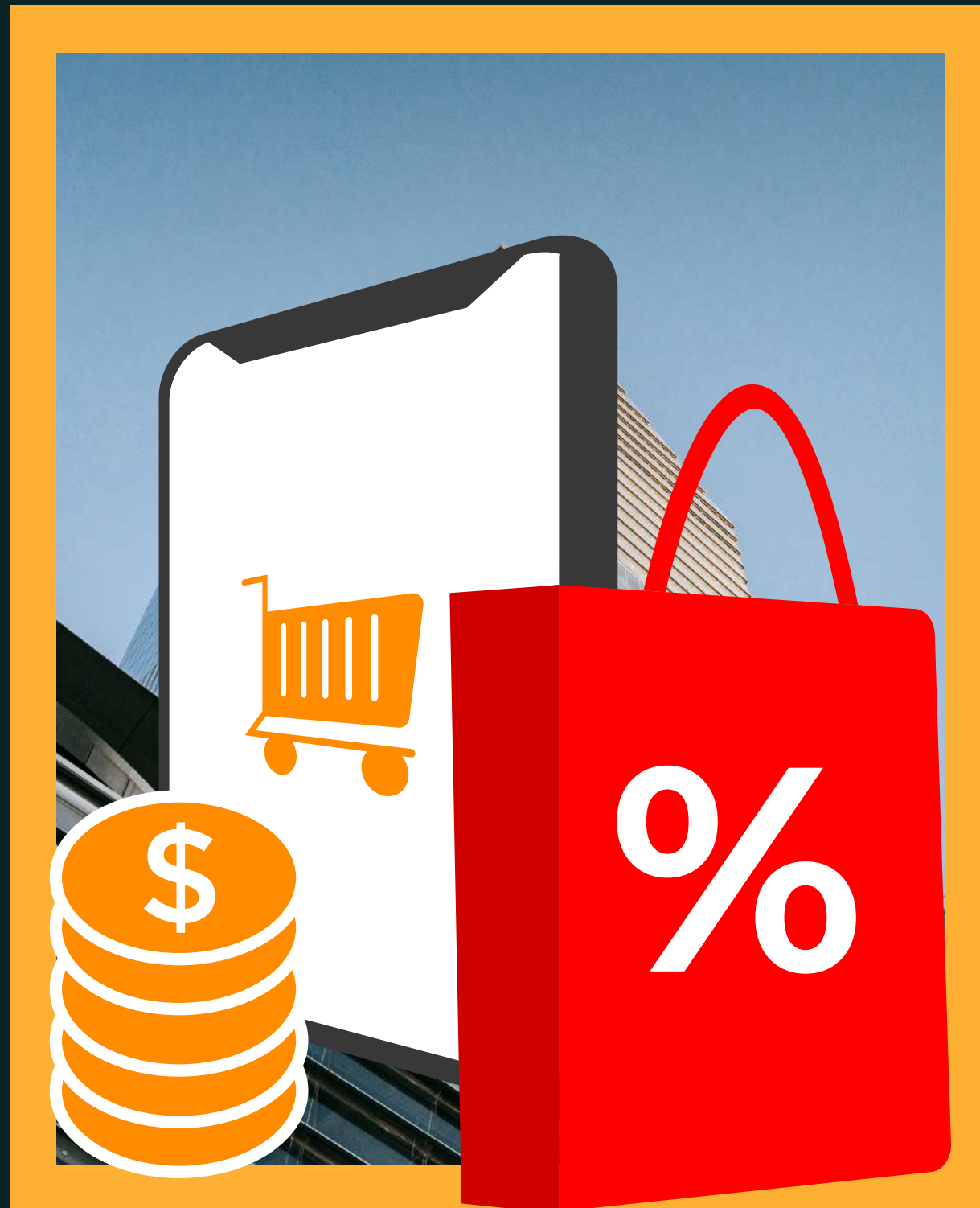


PREFERENSI TERHADAP PERSONAL EXPERIENCE →

Konsumen suka rekomendasi produk sesuai minat, Algoritma
sosial media mempengaruhi pilihan belanja
Implikasi: Gunakan personalisasi iklan & rekomendasi produk.



PERAN MEDIA SOSIAL DALAM ONLINE SHOP



1. Media sosial sebagai tempat promosi

TikTok, Instagram, dan Facebook jadi pusat marketing.
Konten video pendek lebih menarik minat beli

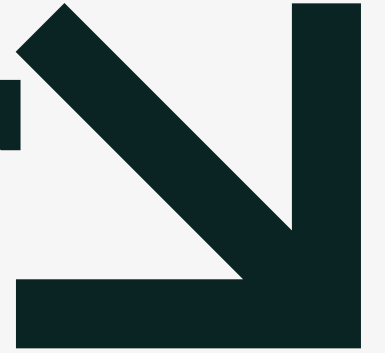
2. Influencer Marketing

Review selebgram/creator meningkatkan kepercayaan,
“Testimoni real” lebih dipercaya dibanding iklan biasa

3. Live Shopping

Fitur live TikTok/Shopee meningkatkan penjualan real-time.
Konsumen bisa tanya langsung dan lihat produk secara live

TANTANGAN PENGEMBANGAN ONLINE SHOP



1. Persaingan Ketat

Banyak toko online → butuh strategi unik

2. Keamanan transaksi

Ancaman penipuan → butuh sistem keamanan baik

3. Kepercayaan konsumen

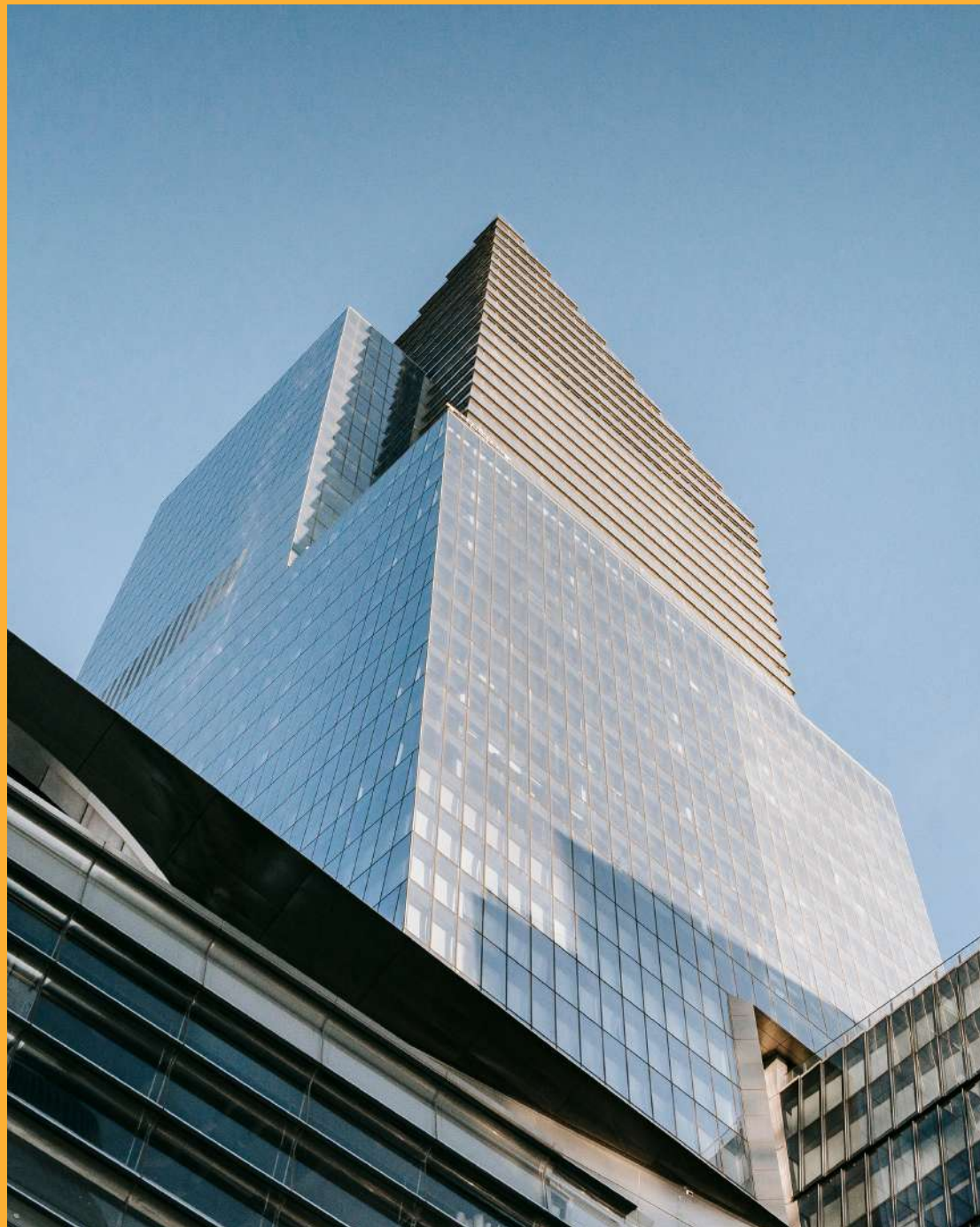
Wajib menyediakan review asli & layanan responsif

4. Pengiriman & logistik

Penting menjaga kualitas pengiriman cepat & aman

5. Konten & pemasaran

Perlu konten menarik agar dilihat dan dipercaya



PELUANG PENGEMBANGAN ONLINE SHOP

1. UMKM mudah masuk pasar digital

Perkembangan teknologi dan kemudahan akses internet membuat banyak pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) mampu bergabung dalam ekosistem digital.

2. Banyak platform pendukung (Shopee, TikTok Shop, Tokopedia)

Indonesia memiliki banyak platform e-commerce dan media sosial yang mendukung penjualan online, seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Lazada, dan Bukalapak.

3. Akses internet terus meningkat

Berdasarkan survei APJII 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai sekitar 221 juta orang atau 79,5% penduduk.

4. Pembayaran digital makin gampang

Sistem pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet (Dana, OVO, GoPay, ShopeePay), serta metode COD (Cash on Delivery) mempermudah masyarakat dalam bertransaksi.

5. Belanja online sudah jadi kebiasaan masyarakat

Perubahan gaya hidup digital membuat masyarakat terbiasa melakukan pembelian melalui internet.

KESIMPULAN



Survei APJII menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia mencapai 221 juta orang (79,5%), didominasi oleh Generasi Z dan Milenial. Sebagian besar mengakses internet lewat smartphone dan aktif di media sosial serta e-commerce.

Perilaku masyarakat yang semakin digital membuat belanja online menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari karena praktis, cepat, dan banyak promo. Dukungan jaringan internet, metode pembayaran digital, dan meningkatnya kepercayaan konsumen mempercepat pertumbuhan online shop di Indonesia. Dengan tren ini, pelaku bisnis perlu fokus pada strategi digital, tampilan mobile-friendly, promosi di media sosial, serta keamanan transaksi agar dapat memanfaatkan peluang besar di era ekonomi digital.