

Nama : Davinca Rizky Perdana

Npm : 2313025026

Kelas : PTI23B

Matkul : E-Commerce

BUILD ONLINE SHOP

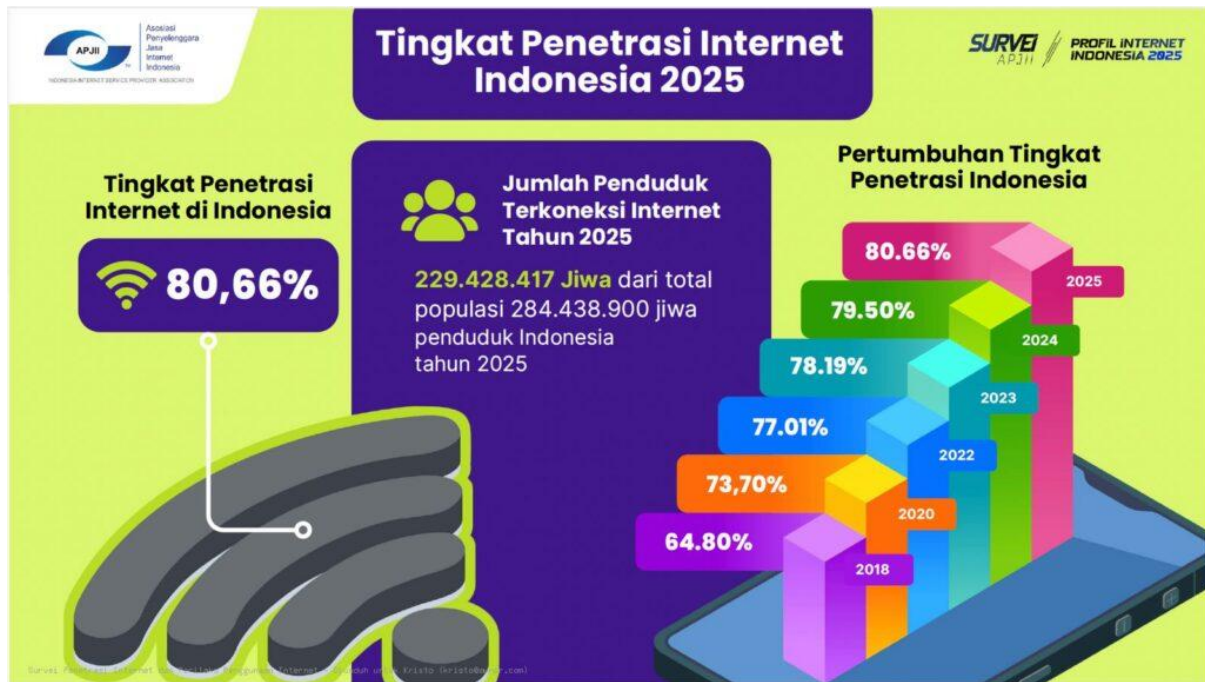
SOAL

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

Data source : <https://youtu.be/9JxvyAIROl0?si=U3nFCnePO5IaWYB7>

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi penetrasi pengguna internet di Indonesia berdasarkan wilayah geografis

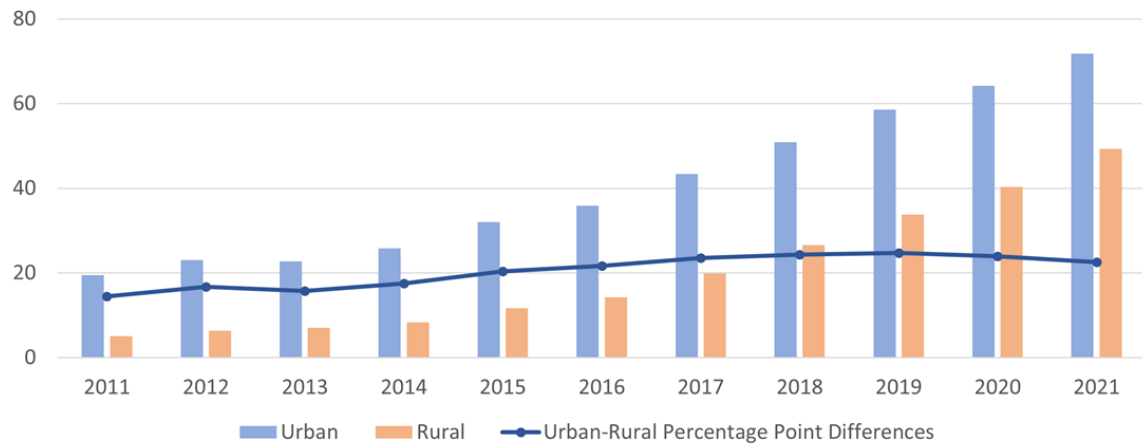


Dalam video hasil survei APJII 2025 disebutkan bahwa tingkat penetrasi internet nasional telah mencapai 80,66 %. Namun, terdapat perbedaan yang nyata antar wilayah, misalnya Pulau Jawa mencapai 84,69 % sedangkan Maluku & Papua hanya 69,26 %. Dari sini saya mengidentifikasi beberapa faktor utama yang mempengaruhi perbedaan akses ini. Pertama adalah infrastruktur jaringan dan geografis: wilayah perkotaan umumnya lebih mudah dijangkau oleh operator, memiliki back-haul yang lebih baik, sedangkan wilayah terpencil seperti daerah kepulauan menghadapi tantangan jarak, topografi, dan biaya pembangunan jaringan.

Selain itu, faktor ekonomi dan daya beli masyarakat juga berperan besar. Masyarakat di daerah urban cenderung memiliki penghasilan lebih tinggi, sehingga mampu membeli perangkat seperti smartphone dan berlangganan internet secara rutin. Di sisi lain, masyarakat di wilayah rural seringkali masih memprioritaskan kebutuhan pokok dibandingkan akses digital. Literasi digital dan tingkat pendidikan juga turut memengaruhi. Menurut data dari BPS (2024), indeks literasi digital masyarakat kota berada di angka 4,26 dari 5, sedangkan di desa masih di bawah 3,8, menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman terhadap teknologi digital.

Urban-Rural Digital Divide in Indonesia

Percentage, %



Source: Indonesia's Statistical Bureau (BPS)

Lee Kuan Yew
School of Public Policy
ASIA COMPETITIVENESS INSTITUTE

2. Perangkat yang digunakan masyarakat Indonesia dalam mengakses internet dan tren penggunaannya

Survei APJII 2025 mencatat bahwa akses utama masyarakat terhadap internet masih sangat didominasi oleh perangkat seluler (smartphone). Sebuah berita dari IDN Times menyebut bahwa “akses internet di Indonesia masih didominasi perangkat mobile, yang digunakan oleh 83,39 % pengguna dengan koneksi utama melalui data seluler sebesar 74,27 %”. Ini menunjukkan bahwa smartphone adalah alat utama bagi mayoritas pengguna di Indonesia.

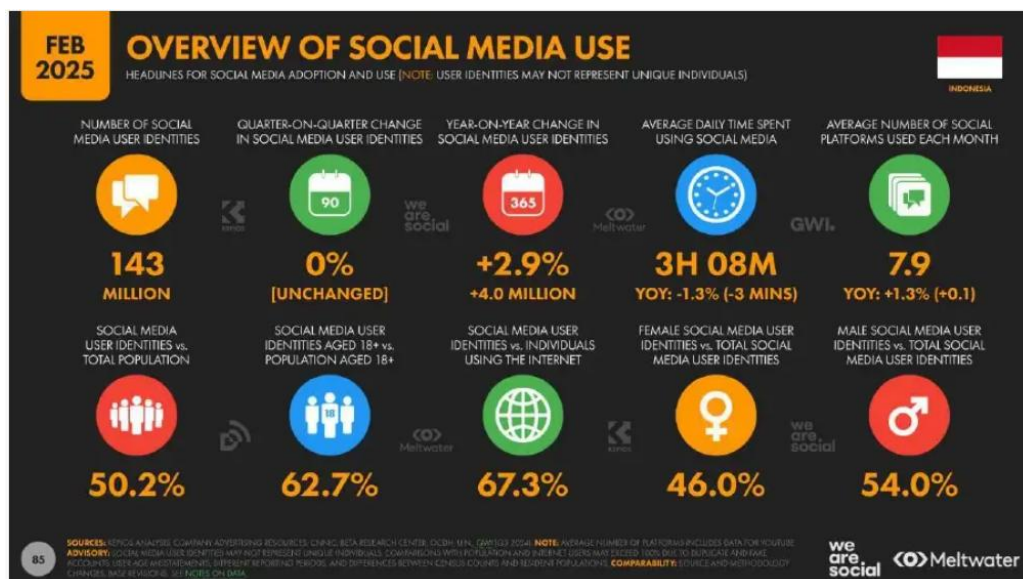
Jika dikaitkan dengan karakteristik wilayah: di wilayah urban, pengguna cenderung memiliki smartphone plus perangkat tambahan seperti laptop atau smart-TV karena koneksi dan daya beli lebih baik. Sementara di wilayah rural-urban atau rural, perangkat tambahan tersebut jauh kurang, dan sebagian besar akses hanya melalui smartphone saja karena keterbatasan ekonomi, perangkat, listrik, atau koneksi. Tren ini juga didukung oleh data “Digital 2025” oleh We Are Social / DataReportal yang menyebut bahwa mobile connections di Indonesia mencapai 125 % dari populasi (awal 2025). Jadi perangkat mobile menjadi “gerbang” utama internet.

3. Perilaku pengguna internet Indonesia terkait dengan durasi penggunaan per hari dan per minggu & faktor yang mempengaruhi

Meskipun survei video tidak secara eksplisit menampilkan angka durasi per hari atau per minggu, saya mengaitkan dengan data dari studi lain. Menurut “Indonesia Digital Report 2025” terdapat informasi bahwa pengguna sosial media di Indonesia rata-rata menghabiskan sekitar 3 jam 8 menit/hari untuk sosial media saja.

Selain itu, laporan “Daily Time Spent with Media in Indonesia” menunjukkan bahwa keseluruhan waktu yang dihabiskan untuk konsumsi media (internet, smartphone) meningkat secara signifikan. Faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi durasi penggunaan adalah:

- A. tujuan penggunaan : survei APJII menyebut sosial media sebagai alasan utama (24,8 %), kemudian akses berita/informasi (15,04 %), transaksi online (14,95 %), hiburan video (14,67 %). Semakin banyak fungsi internet digunakan untuk hiburan, informasi, ekonomi digital, maka durasi akan makin bertambah.
- B. Kualitas koneksi dan perangkat : pengguna dengan koneksi cepat dan perangkat yang memadai akan menggunakan internet lebih lama (streaming, game, remote work), sedangkan yang terbatas mungkin waktu penggunaan lebih singkat.
- C. Karakteristik demografi : Gen Z dan Milenial (penetrasi 87,8% dan 89,12% dalam survei) lebih cenderung menghabiskan waktu lebih banyak di internet dibanding generasi lebih tua.
- D. Lingkungan dan rutinitas : di wilayah urban dengan gaya hidup digital lebih tinggi, akses internet dan waktu penggunaan bisa lebih besar dibanding area rural yang mungkin aksesnya terbatas atau digunakan lebih untuk keperluan dasar.



4. Peran sosial media dan mesin pencari dalam pemanfaatan internet di Indonesia

Dalam survei APJII 2025 pada video tersebut, disebut bahwa alasan utama masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses media sosial (24,8 %) dan kemudian untuk berita/informasi (15,04 %) serta transaksi online dan hiburan. Ini menunjukkan media sosial memainkan peran sangat besar sebagai pintu masuk aktivitas digital sehari-hari. Dari data eksternal, “Indonesia Digital Report 2025” menyebut bahwa Indonesia memiliki 143 juta identitas pengguna sosial media pada awal 2025, setara 50,2% dari populasi, dan 67,3% dari pengguna internet menggunakan paling tidak satu platform sosial media. Mesin pencari sendiri meskipun tidak disebut angka eksplisit di video, ia menjadi alat utama untuk mengakses berita/informasi dan memulai aktivitas online lainnya (shopping, edukasi). Data eksternal menunjukkan bahwa internet telah menjadi sumber utama informasi cepat dan update di era digital (15,04% untuk berita/informasi).

5. Pengaruh status sosial ekonomi terhadap tingkat akses dan pemanfaatan internet di Indonesia

Dari video survei APJII, salah satu alasan utama yang belum terkoneksi adalah karena “tidak punya perangkat” dan “tidak tahu cara pakai perangkat” ini secara implisit terkait dengan status ekonomi. Pengguna dengan status sosial-ekonomi lebih tinggi cenderung memiliki perangkat pribadi, akses broadband tetap, dan literasi digital yang lebih baik. Sedangkan pengguna dengan status ekonomi rendah di daerah rural atau pinggiran mungkin hanya mengandalkan satu perangkat, mungkin melalui paket data dasar, dan mungkin menggunakan internet hanya untuk fungsi dasar (chat, sosial media) saja. Studi eksternal menunjukkan bahwa gap digital bukan hanya koneksi, tetapi kualitas akses dan kemampuan memanfaatkan layanan digital masih nyata di Indonesia.

6. Alasan pengguna internet untuk membeli barang secara online & dampaknya terhadap e-commerce Indonesia

Survei APJII 2025 mencatat bahwa salah satu alasan masyarakat menggunakan internet adalah untuk transaksi online (14,95 %). Alasan yang mendasari perilaku ini antara lain: kenyamanan (belanja dari rumah kapan saja), pilihan produk yang lebih banyak dan akses ke pasar global, promosi dan harga bersaing, serta kemudahan pembayaran digital. Ditambah lagi, pengguna internet semakin banyak dari generasi muda dan kawasan urban yang melek digital.

Dampaknya terhadap industri e-commerce Indonesia cukup besar:

1. Pertumbuhan pasar pembeli online yang lebih cepat pengguna internet yang menggunakan online shopping meningkat.
2. Logistik dan pembayaran digital menjadi infrastruktur penting, sehingga pelaku e-commerce dan fintech tumbuh cepat.
3. Daerah-pinggiran dan rural mulai menjadi target berikutnya, sehingga operator logistik dan e-commerce mulai menyesuaikan layanan untuk jangkauan yang lebih luas (analisis berdasarkan tren digital 2025).
4. Kompetisi dan inovasi dalam e-commerce meningkat live-commerce, social commerce, personalisasi.

7. Kesadaran pengguna terhadap keamanan data dan perilaku perlindungan data pribadi

Video survei menyebut bahwa meskipun penetrasi internet tinggi dan penggunaan beragam, tema keamanan data menjadi sorotan: disebut bahwa “tantangan seperti keamanan data dan kesenjangan akses internet masih menjadi pekerjaan rumah”. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai menyadari bahwa data pribadi mereka (akun, transaksi, identitas) rentan terhadap risiko. Pengertian “kesadaran keamanan data” di sini mencakup pemahaman bahwa pengguna harus aktif melindungi informasi pribadi (misalnya dengan password yang kuat, otentikasi dua-faktor, berhati-hati dengan aplikasi, memahami kebijakan privasi). Studi eksternal menunjukkan bahwa pengguna Indonesia secara rata-rata menghabiskan waktu lama di sosial media (3 jam/hari) sehingga potensi risiko juga lebih tinggi jika keamanan tidak diperhatikan.

8. Pengaruh internet dalam bidang pendidikan di Indonesia

Memilih bidang pendidikan sebagai fokus analisis, hasil survei APJII dan data eksternal menunjukkan bahwa internet telah membawa perubahan signifikan dalam cara belajar dan mengakses pengetahuan di Indonesia. Dengan penetrasi yang semakin tinggi (80,66 % secara nasional) dan perangkat smartphone yang mendominasi, banyak siswa, mahasiswa, dan pelajar di daerah urban telah memanfaatkan internet untuk e-learning, video pembelajaran, kursus daring, dan akses ke sumber internasional. Internet memungkinkan pembelajaran fleksibel, materi yang lebih luas, dan kolaborasi lintas wilayah. Namun, tantangan yang muncul terutama di wilayah rural atau 3T meskipun penetrasi meningkat kualitas koneksi, kepemilikan perangkat, dan literasi digital masih menjadi hambatan. Pelajar di daerah tersebut mungkin hanya memiliki smartphone dengan paket

data terbatas atau koneksi lambat, sehingga efektivitas e-learning menurun. Perbedaan ini menguatkan “digital divide” dalam pendidikan. Karena itu, untuk memaksimalkan pengaruh positif internet dalam pendidikan, diperlukan program ekstra seperti penyediaan perangkat untuk pelajar di daerah terpencil, pembangunan jaringan broadband ke sekolah, pelatihan guru dalam literasi digital, dan konten lokal yang sesuai konteks. Dengan demikian, internet berpotensi besar mendemokratisasi pendidikan di Indonesia tetapi agar dampak maksimal tercapai, aspek pemerataan akses dan kualitas harus diatasi.

9. Tren penggunaan aplikasi lokal di Indonesia & faktor adopsi dibanding aplikasi global

Meskipun survei APJII 2025 menekankan dominasi platform digital utama dan tren pertumbuhan ekonomi digital, laporan-eksternal menunjukkan bahwa Indonesia semakin banyak menggunakan aplikasi lokal, terutama dalam bidang e-commerce, fintech, pembayaran digital, dan layanan pemerintah. Faktor yang mempengaruhi adopsi aplikasi lokal dibanding global adalah:

- A. Konteks lokal aplikasi lokal lebih memahami budaya, bahasa, metode pembayaran lokal, logistik di wilayah Indonesia.
- B. Dukungan regulasi dan kampanye pemerintah yang mendorong penggunaan layanan digital dalam negeri.
- C. Kepercayaan dan keamanan data lokal pengguna mungkin memilih aplikasi yang sesuai regulasi Indonesia.
- D. Infrastruktur dan ekosistem mitra lokal aplikasi lokal punya keunggulan jaringan merchant lokal dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Indonesia.

Namun, aplikasi global tetap mempunyai keunggulan dari sisi jaringan pengguna besar, dana, dan teknologi. Untuk aplikasi lokal agar unggul, mereka harus menghadirkan diferensiasi: layanan khusus untuk wilayah 3T, integrasi pembayaran lokal, pengalaman pengguna yang disesuaikan, dan kolaborasi logistik yang kuat. Sebagai contoh, laporan AnyMind “Indonesia Digital Landscape 2025” menunjukkan bahwa meskipun ekonomi digital tumbuh tinggi, ekosistemnya masih fragmented dan ada peluang besar bagi aplikasi lokal untuk mengisi segmen yang belum tersentuh.