

Nama : Gading Tri Febrianto

Npm : 2353025004

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

Sumber : <https://www.youtube.com/live/eUuUPuhHXql?si=GLgv3XW3Hqum3Gxp>

1. Faktor dan Kesenjangan Penetrasi Internet (APJII 2024)

Penyebab Kesenjangan:

Penetrasi internet sangat dipengaruhi oleh Kesenjangan Infrastruktur yang menyebabkan akses internet tidak merata secara geografis. Wilayah yang tertinggal (terutama luar Jawa) menghadapi tantangan biaya tinggi dan sulitnya pembangunan infrastruktur telekomunikasi.

Perbedaan Utama:

- **Jawa** mendominasi penetrasi tertinggi (**83,64%**), sedangkan **Sulawesi** terendah (**68,35%**).
- **Urban (82,2%)** memiliki tingkat penetrasi yang lebih tinggi daripada **Rural (74%)**, dengan selisih 8,2 poin persentase, mengindikasikan bahwa fokus pembangunan infrastruktur masih terpusat di perkotaan.

2. Perangkat dan Tren Akses

Perangkat Dominan:

Masyarakat Indonesia sangat bergantung pada perangkat seluler (smartphone). Mayoritas akses internet berasal dari data seluler (74,3%), sementara hanya seperlima (22,4%) pengguna yang mengandalkan WiFi di rumah.

Implikasi:

Akses yang sangat mobile-centric ini berarti layanan e-commerce wajib dirancang dengan pendekatan Mobile-First untuk memastikan kompatibilitas dan efisiensi data, terutama bagi pengguna di wilayah rural.

3. Durasi dan Perilaku Penggunaan Internet Harian

Durasi Penggunaan:

Sebagian besar pengguna menghabiskan waktu yang cukup lama online. Hampir 70% pengguna (69,65%) menghabiskan antara 1 hingga 6 jam per hari di internet.

Pendorong Durasi Tinggi:

Durasi tinggi ini dipicu oleh tiga hal: Hiburan (streaming dan media sosial), Fleksibilitas Kerja/Belajar (remote activity), dan Kebutuhan Transaksional (belanja online, perbankan digital).

4. Peran Sosial Media dan Mesin Pencari

Peran Kunci:

Kedua layanan ini adalah pintu gerbang utama ke internet. Media Sosial berfungsi sebagai alat komunikasi, hiburan, dan penemuan produk (social commerce). Sementara Mesin Pencari adalah alat utama untuk mencari informasi dan navigasi ke situs tertentu. Keduanya mendominasi karena memenuhi kebutuhan dasar manusia akan koneksi dan informasi.

5. Pengaruh Status Sosial Ekonomi (SES)

Korelasi Pendidikan:

Tingkat pendidikan berkorelasi kuat dengan akses internet. Penetrasi internet pada kelompok Perguruan Tinggi mencapai 91,27%, sangat kontras dengan kelompok Tidak Tamat SD yang hanya 42,66%.

Dampak:

SES memengaruhi Keterjangkauan (Affordability) perangkat dan biaya data, serta Literasi Digital yang dibutuhkan untuk memanfaatkan layanan digital yang lebih kompleks.

6. Tren Belanja Online (E-commerce)

Alasan Utama Belanja Online:

Perilaku pembelian barang secara online didorong oleh kenyamanan/kemudahan berbelanja, variasi produk yang lebih banyak, dan kemampuan membandingkan harga secara cepat dan transparan.

Dampak Industri:

Perilaku ini menjadikan Indonesia salah satu pasar e-commerce dengan pertumbuhan tercepat, mendorong inovasi masif di sektor logistik dan pembayaran digital.

7. Kesadaran Keamanan Data

Rendahnya Kesadaran:

Meskipun transaksi online tinggi, survei APJII 2025 mengungkapkan bahwa 74,59% pengguna internet TIDAK TAHU tentang isu-isu keamanan data. Ini menciptakan "celah literasi siber" yang luas.

Ancaman Nyata:

Rendahnya kesadaran ini terbukti dari tingginya insiden penipuan online (dilaporkan oleh 24,89% pengguna) dan kasus pencurian data pribadi.

8. Pemanfaatan Internet di Bidang Sosial-Politik

Peningkatan Akses:

Pemanfaatan internet untuk mengakses konten Sosial-Politik mengalami peningkatan tajam 65% dalam setahun (40,56% di 2024).

Dampak Positif dan Negatif:

Internet mendemokratisasi informasi dan meningkatkan partisipasi politik. Namun, ini juga menjadi medium subur untuk penyebaran hoaks dan polarisasi opini (filter bubbles).

9. Tren Penggunaan Aplikasi Lokal vs Global

Faktor Pendukung Aplikasi Lokal:

Meskipun data perbandingan spesifik tidak tersedia, adopsi aplikasi lokal didukung oleh tiga faktor:

1. **Lokalisasi Konten:** Kemampuan aplikasi untuk memenuhi kebutuhan lokal secara spesifik (misalnya, ojek *online*).
2. **Metode Pembayaran:** Integrasi yang mulus dengan sistem pembayaran lokal (bank dan *e-wallet*).
3. **Hyperlocal Focus:** Layanan yang fokus pada kebutuhan di tingkat daerah yang tidak dicakup oleh aplikasi global.