

NAMA:M.Ditto Putra Pratama

NPM:2313025056

KELAS:PTI23B

Matkul:E-Commerce

1. Sebutkan dan jelaskan kondisi geografis yang mempengaruhi tingkat penetrasi internet di Indonesia.

Jawaban:

Indonesia adalah negara kepulauan dengan >17.000 pulau; sebaran penduduk yang terkonsentrasi di Pulau Jawa dan kota-kota besar memudahkan pembangunan infrastruktur di sana, sedangkan daerah terpencil, pegunungan, dan pulau kecil menghadirkan tantangan teknis dan biaya (pemasangan serat optik, menara seluler, listrik). Akibatnya tingkat penetrasi dan kualitas (kecepatan/latensi) cenderung lebih tinggi di Jawa/Bali dan pusat kota dibandingkan Nusa Tenggara, Papua, dan beberapa wilayah terpencil. Selain itu faktor topografi dan bencana alam (banjir, gempa) juga memengaruhi keandalan jaringan.

<https://www.cloudcomputing.id/berita/apjii-survei-penetrasi-internet>

2. Sebutkan perangkat utama yang digunakan masyarakat Indonesia untuk mengakses internet dan jelaskan perbedaannya menurut wilayah atau strata sosial-ekonomi.

Jawaban:

Perangkat utama: smartphone (paling dominan), lalu desktop/laptop untuk pekerjaan/studi, dan tablet di kelompok tertentu. Laporan digital menunjukkan penetrasi mobile sangat tinggi sehingga akses internet di Indonesia mayoritas lewat ponsel.

Perbedaan wilayah / strata: di area perkotaan dan kelas menengah/atas, kombinasi smartphone + laptop/PC lebih umum (koneksi tetap/rumahan + mobile), sementara di pedesaan dan kelompok berpenghasilan lebih rendah akses seringkali hanya lewat smartphone dengan paket data seluler (kadang paket terbatas). Infrastruktur (ketersediaan jaringan 4G/5G dan fixed broadband) menentukan kemampuan memakai aplikasi berat (telekonferensi, streaming HD).

https://wearesocial.com/id/wpcontent/uploads/sites/19/2024/02/Digital_2024_Indonesia.pdf

3. Jelaskan bagaimana durasi penggunaan internet per hari dan/atau per minggu memengaruhi perilaku pengguna di Indonesia.

Jawaban:

Durasi penggunaan (rata-rata beberapa jam per hari pada banyak kelompok) berkaitan langsung dengan pola konsumsi: semakin lama waktu online, semakin besar proporsi waktu untuk media sosial, hiburan streaming, dan e-commerce. Penggunaan lama mendorong perilaku berikut: peningkatan konsumsi konten singkat (TikTok, Reels), lebih banyak pembelian impulsif secara online, peningkatan paparan hoaks/infomasi

palsu jika literasi digital rendah, dan kebutuhan akan fitur manajemen waktu/privasi. Di kalangan pelajar/mahasiswa, durasi panjang juga memengaruhi cara belajar (lebih banyak sumber daring, tapi ada tantangan perhatian). Studi lokal dan survei sekolah/mahasiswa melaporkan rata-rata penggunaan beberapa jam/hari untuk media sosial dan streaming.

<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JCoInT/article/view/7774/5004>

4. Apa peran media sosial dan mesin pencari dalam pemanfaatan internet di Indonesia?

Jawaban:

Media sosial: berfungsi sebagai saluran komunikasi utama (WhatsApp untuk pesan sehari-hari), sumber hiburan (TikTok, YouTube), dan saluran pemasaran — banyak pengguna menemukan produk/jasa lewat social commerce. Media sosial juga jadi ruang diskusi publik dan sumber berita cepat (meski rawan disinformasi).

Mesin pencari (Google): penting untuk memperoleh informasi faktual, mencari layanan lokal, dan sebagai pintu masuk e-commerce (orang mencari produk, bandingkan harga, membaca review). Kombinasi kedua alat ini mendorong ekosistem digital: discovery lewat sosial, verifikasi/pendalaman lewat pencarian.

https://wearesocial.com/id/wpcontent/uploads/sites/19/2024/02/Digital_2024_Indonesia.pdf

5. Bagaimana status sosial-ekonomi memengaruhi akses dan pemanfaatan internet oleh masyarakat Indonesia?

Jawaban:

Status ekonomi memengaruhi: (1) kemampuan membeli perangkat (smartphone kelas atas vs feature phone), (2) kemampuan berlangganan paket data atau broadband rumah, (3) tingkat literasi digital (mengerti keamanan, menggunakan layanan keuangan digital), dan (4) jenis konten/layanan yang dikonsumsi (kelas menengah/atas lebih banyak menggunakan layanan streaming, fintech, dan e-commerce premium; kelompok berpendapatan rendah cenderung memakai aplikasi pesan, media sosial, dan layanan kebutuhan dasar). Hal ini menciptakan *digital divide* bukan hanya akses fisik tetapi juga kapasitas memanfaatkan manfaat ekonomi/pendidikan dari internet.

<https://www.bps.go.id/id/publication/2025/08/29/beaa2be400eda6ce6c636ef8/statistik-telekomunikasi-indonesia-2024.html>

6. Mengapa masyarakat Indonesia membeli barang secara online dan apa dampaknya bagi e-commerce?

Jawaban:

Alasan membeli online: kenyamanan (belanja dari rumah), pilihan produk lebih banyak, perbandingan harga mudah, promosi/kupon, layanan pengantaran, dan selama/baru sejak pandemi meningkat karena pembatasan mobilitas. Dampak bagi e-commerce: percepatan pertumbuhan GMV (nilai transaksi), munculnya model social commerce dan marketplace lokal/global, peningkatan investasi logistik dan fintech (pembayaran digital, cicilan), tetapi juga persaingan harga ketat,

peningkatan ekspektasi layanan (pengiriman cepat/retur mudah), dan kebutuhan pengamanan transaksi/penipuan. Laporan e-Conomy dan riset industri memperlihatkan e-commerce tetap menjadi pendorong utama ekonomi digital Indonesia.

<https://blog.google/intl/id-id/e-conomy-sea-2024-perekonomian-digital-indonesia-akan-mencapai-gmv-90-miliar-pada-tahun-2024>

7. Apa yang dimaksud dengan kesadaran keamanan data dalam konteks pengguna internet Indonesia dan bagaimana perilaku pengguna terhadap keamanan data tersebut?

Jawaban:

Kesadaran keamanan data berarti sejauh mana pengguna memahami pentingnya menjaga informasi pribadi (seperti nomor KTP, alamat, rekening, atau data login) agar tidak disalahgunakan di dunia digital.

Di Indonesia, kesadaran ini mulai meningkat seiring maraknya kasus kebocoran data dan terbitnya Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Namun, hasil survei dan penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesadaran masyarakat masih tergolong sedang–rendah, terutama dalam hal menerapkan kebiasaan aman seperti:

- Menggunakan kata sandi yang kuat dan berbeda-beda untuk tiap akun;
 - Mengaktifkan autentikasi dua langkah (2FA);
 - Tidak membagikan data pribadi di media sosial atau situs tidak terpercaya;
 - Membaca izin aplikasi sebelum memberi akses kamera, lokasi, atau kontak;
 - Waspada terhadap phishing (tautan palsu, pesan hadiah, atau undangan mencurigakan).
- Sayangnya, banyak pengguna masih lalai misalnya membagikan foto KTP di media sosial atau menggunakan kata sandi sederhana seperti tanggal lahir.

<https://katadata.co.id/berita/digital/62f22a7b1c9c8/survei-60-pengguna-internet-indonesia-belum-pahami-perlindungan-data-pribadi>

8. Bagaimana penggunaan internet memengaruhi dunia pendidikan di Indonesia?

Jawaban:

Internet mengubah pembelajaran dari tatap muka menuju kombinasi (blended/fully online): akses ke sumber belajar internasional, kelas daring, dan platform kolaborasi meningkat memperluas kesempatan belajar. Namun dampaknya tidak merata: siswa di daerah tanpa koneksi/biaya data terbatas kesulitan mengakses pembelajaran online, menimbulkan kesenjangan pembelajaran. Selain itu guru dan lembaga perlu peningkatan keterampilan digital dan adaptasi kurikulum untuk pembelajaran jarak jauh yang efektif. Pandemi mempercepat adopsi tapi juga menyoroti infrastruktur & kapabilitas SDM yang harus diperkuat.

<https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/sintesa/article/download/368/385/1153>

9. Jelaskan tren penggunaan aplikasi lokal di Indonesia dan faktor-pendukungannya.

Jawaban:

Tren: aplikasi lokal (super apps) seperti layanan ride-hailing & fintech (mis. Gojek, Tokopedia/GoTo ekosistem, aplikasi perbankan lokal, e-wallet) terus tumbuh; ada juga

munculnya aplikasi lokal untuk belanja, hiburan, pendidikan, dan kesehatan. Social commerce (penjualan lewat medsos/marketplace integrasi) dan integrasi layanan (transportasi–pembayaran–deliveri–merchant) semakin populer. Faktor pendukung: besarnya populasi pengguna internet + penetrasi smartphone; investasi modal ventura dan ekosistem startup; infrastruktur pembayaran digital dan logistik yang berkembang; regulasi yang mulai mengatur perlindungan data dan e-commerce; serta pandemi yang mempercepat perilaku digital. Laporan e-Conomy dan survei industri menegaskan pertumbuhan signifikan GMV dan adopsi aplikasi lokal/SEA.

<https://blog.google/intl/id-id/e-conomy-sea-2024-perekonomian-digital-indonesia-akan-mencapai-gmv-90-miliar-pada-tahun-2024>