



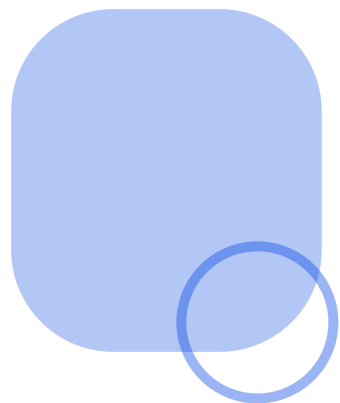
Universitas Lampung

TEMA DISKUSI 6 : CENDERUNGNYA PENGUNAAN APLIKASI LOKAL

Kelompok 5 E-Commerce

PTI 2023 B





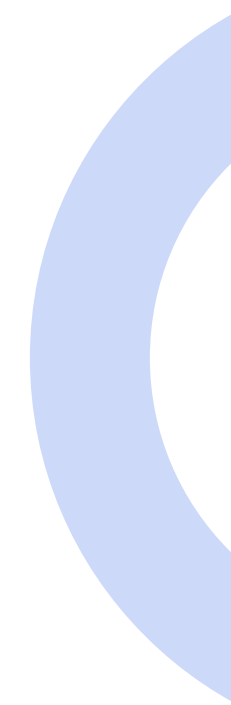
NAMA ANGGOTA

Alvito Dika Tama (2313025006)

Alya Yuri Agusthin (2313025028)

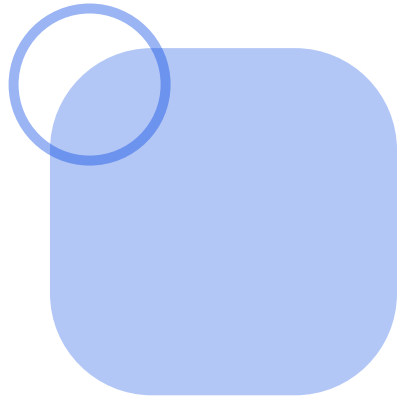
Khoirunnisaa'Stiani (2213025012)

Jenita Alexandra Kabes (22130250)





ISI



01

Latar Belakang

02

Analisis Kecenderungan Penggunaan Aplikasi Lokal

03

Dominasi Aplikasi Asing dalam E-Commerce

04

Tantangan Pengembang Aplikasi E-Commerce Lokal

05

Upaya dan Strategi Peningkatan Penggunaan Aplikasi Lokal

06

Penutup



LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital di Indonesia terus meningkat, namun penggunaan aplikasi lokal masih rendah. Berdasarkan survei Teknopreneur–APJII (2017), hanya 5,56% pengguna internet yang sangat sering menggunakan aplikasi lokal dan 23,46% yang sering, sedangkan 56,79% jarang dan 14,20% tidak pernah.

Fakta ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia masih kurang dalam memilih dan menggunakan aplikasi lokal. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan tentang penyebab rendahnya minat terhadap produk digital buatan anak bangsa.



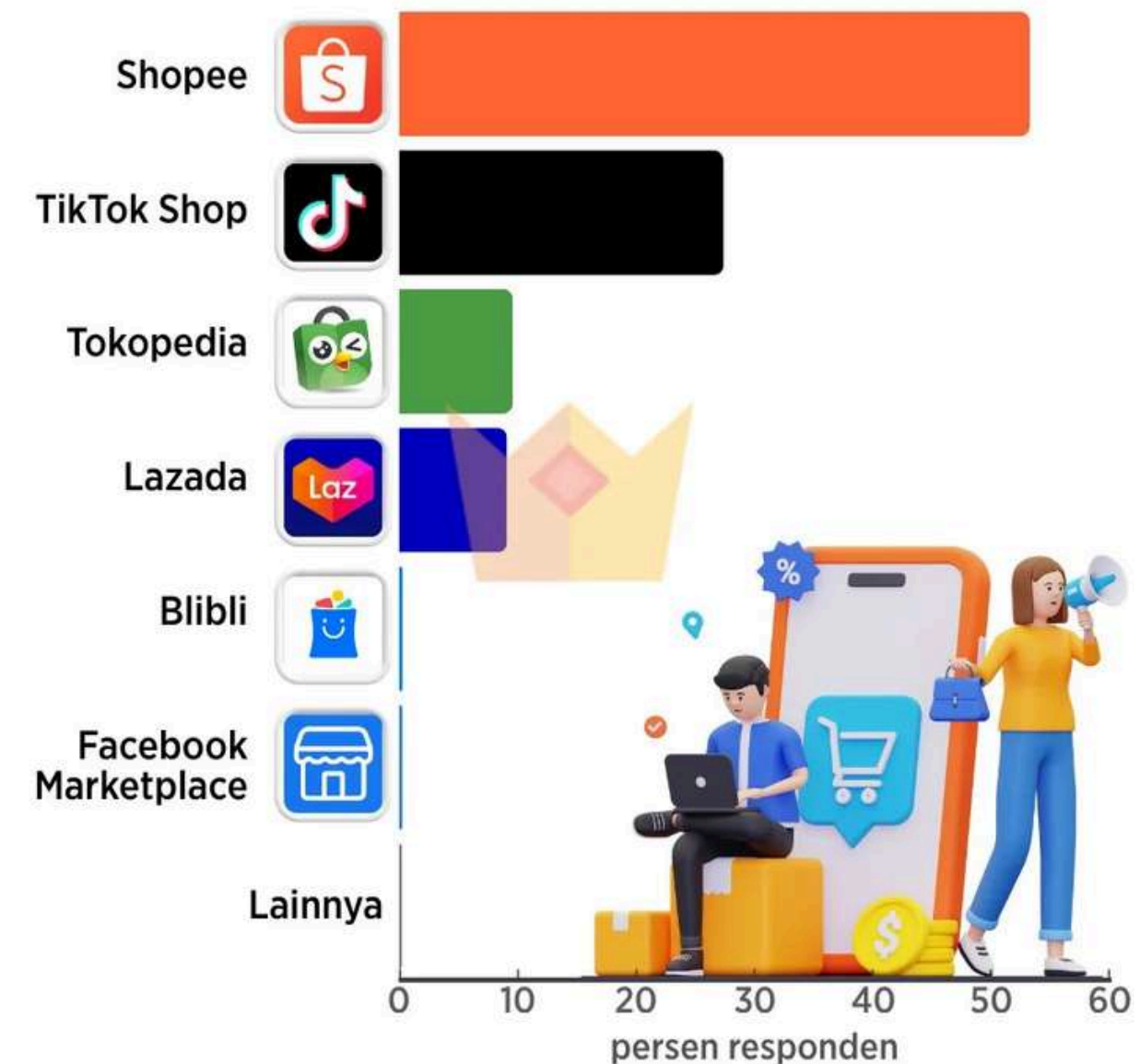
Sumber: Hasil Survey APJII 2017 dan Teknopreneur

PENGUNAAN APLIKASI E-COMMERCE

Rendahnya minat terhadap aplikasi lokal juga terlihat pada sektor e-commerce. Berdasarkan data Katadata 2025, Shopee dan TikTok Shop—keduanya aplikasi asing—menjadi platform yang paling sering diakses masyarakat Indonesia.

Sementara itu, e-commerce lokal seperti Tokopedia dan Blibli menempati posisi lebih rendah. Kondisi ini menggambarkan bahwa dominasi pasar digital masih dikuasai oleh perusahaan asing, sedangkan aplikasi lokal belum mampu menyaingi popularitas dan sistem mereka.

E-Commerce yang Sering Diakses Masyarakat Indonesia pada 2025



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)



powered by **D katadata**

Sumber: APJII dan katadata.co.id 2025

ANALISIS KECENDERUNGAN PENGGUNAAN APLIKASI LOKAL DI INDONESIA



Sumber: Hasil Survey APJII 2017 dan Teknopreneur

- Berdasarkan survei Teknopreneur–APJII (2017), lebih dari separuh pengguna internet (56,79%) jarang menggunakan aplikasi lokal, dan 14,20% bahkan tidak pernah.
- Hanya sekitar 29% yang rutin menggunakan aplikasi lokal buatan Indonesia.
- Pola ini menunjukkan kecenderungan rendahnya penggunaan aplikasi lokal secara nasional.
- Hingga kini (2025), kecenderungan ini masih tampak dalam sektor e-commerce, di mana Shopee dan TikTok Shop mendominasi pasar digital Indonesia.

DOMINASI APLIKASI ASING DALAM E- COMMERCE



01

Poin Utama

- Aplikasi asing seperti Shopee, TikTok Shop, Lazada, Amazon mendominasi pasar e-commerce Indonesia.

02

faktor Penyebab

- Modal & teknologi lebih kuat
- Strategi promosi agresif (subsidi, diskon)
- Jaringan global luas
- Regulasi lokal belum melindungi pelaku usaha dalam negeri

03

Dampak:

- UMKM lokal tertekan oleh persaingan harga
- Kebocoran devisa & data ke luar negeri
- Melemahkan startup lokal

03

Solusi::

- Perkuat regulasi & proteksi industri lokal
- Dorong literasi digital & inovasi UMKM
- Insentif untuk e-commerce nasional
- Bangun ekosistem digital dan logistik lokal

TANTANGAN PENGEMBANG APLIKASI E-COMMERCE LOKAL

Persaingan global yang ketat

Aplikasi asing seperti Shopee dan TikTok Shop memiliki modal besar, strategi promosi masif, serta teknologi yang lebih maju dibanding aplikasi lokal.

Kurangnya dukungan ekosistem digital

Pengembang lokal masih kesulitan dalam hal pendanaan, infrastruktur, dan kolaborasi dengan pemerintah maupun sektor swasta.

Rendahnya kepercayaan dan minat pengguna

Banyak konsumen masih ragu terhadap kualitas, keamanan, dan keandalan aplikasi buatan dalam negeri.

Keterbatasan inovasi dan aspek teknis

Pengalaman pengguna (UX), kecepatan akses, dan fitur aplikasi lokal masih perlu ditingkatkan agar dapat bersaing dengan platform global.

UPAYA & STRATEGI PENINGKATAN PENGGUNA APLIKASI LOKAL



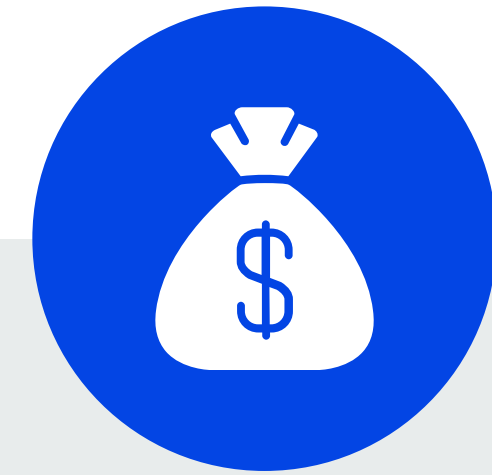
Edukasi & Literasi Digital Pengguna

- Kampanye publik untuk meningkatkan kepercayaan terhadap aplikasi lokal.
- Program pelatihan digital di sekolah dan UMKM agar terbiasa menggunakan produk lokal.



Peningkatan Kualitas & Inovasi Produk

- Fokus pada user experience (UX), keamanan data, dan kestabilan sistem.
- Gunakan feedback loop cepat agar aplikasi sesuai kebutuhan lokal (contoh: fitur hemat kuota, mode offline).



Edukasi & Literasi Digital Pengguna

- Kampanye publik untuk meningkatkan kepercayaan terhadap aplikasi lokal.
- Program pelatihan digital di sekolah dan UMKM agar terbiasa menggunakan produk lokal.

STRATEGI PENGEMBANG UNTUK MEMPERLUAS PENGGUNA APLIKASI LOKAL

Strategi Produk & Teknologi

- Rancang aplikasi ringan, cepat, dan hemat data agar cocok untuk semua lapisan pengguna.
- Tingkatkan integrasi dengan sistem pembayaran lokal (QRIS, e-wallet, bank nasional).

Strategi Pemasaran & Distribusi

- Optimasi App Store Optimization (ASO) dan kampanye media sosial bertema “Cintai Produk Digital Lokal”.
- Bangun kerja sama pre-install dengan produsen ponsel lokal dan operator.
- Gunakan influencer lokal untuk membangun awareness.

Strategi Kepercayaan & Komunitas

- Transparansi data & sertifikasi keamanan (ISO, Kominfo).
- Bangun komunitas pengguna dan dukungan pelanggan cepat tanggap.
- Adakan event “Developer Lokal” untuk memperkuat ekosistem inovator.

Strategi Ekosistem & Kebijakan

- Dukung inkubasi startup lokal dan dana riset aplikasi digital.
- Pemerintah dapat memberikan insentif pajak bagi aplikasi lokal berdaya saing tinggi.



KESIMPULAN



Hasil survei menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi lokal di Indonesia masih rendah karena dominasi aplikasi asing yang memiliki modal besar, promosi kuat, dan teknologi lebih maju. Agar aplikasi lokal dapat bersaing, diperlukan dukungan dari pemerintah, kolaborasi dengan startup, serta inovasi berkelanjutan dalam kualitas layanan dan pengalaman pengguna untuk menumbuhkan kepercayaan serta kebanggaan terhadap produk digital dalam negeri.

THANK YOU

FOR YOUR ATTENTION

