

# KEMAJUAN SISTEM TEKNOLOGI BERIKAN PENGARUH BESAR TERHADAP PERKEMBANGAN *E-COMMERCE* DI INDONESIA

Adelia Ayu Amaya  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara  
E-mail : [adeliaarmaya21@gmail.com](mailto:adeliaarmaya21@gmail.com)

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi berdampak besar terhadap kemajuan *e-commerce* di Indonesia. *E-commerce* adalah *electronic commerce* yang merupakan kumpulan teknologi, aplikasi, dan bisnis yang menghubungkan perusahaan atau perseorangan sebagai konsumen untuk melakukan pertukaran barang dan jasa secara, transaksi elektronik, dan pertukaran informasi melalui internet atau televisi. Banyak kalangan millennial yang telah beralih kepada *e-commerce* seiring berkembangnya zaman. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi bagaimana kemajuan teknologi mempengaruhi perkembangan *e-commerce* yang ada di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu memahami fenomena social melalui gambaran holistic dan memperbanyak pemahaman secara mendalam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemajuan teknologi memang sangat berdampak besar terhadap perkembangan *e-commerce* di Indonesia dikarenakan berubahnya perilaku masyarakat dalam hal berbelanja.

**Kata kunci :** *kemajuan teknologi, e-commerce, perilaku masyarakat*

## ABSTRACT

*Technological advances have had a major impact on the progress of e-commerce in Indonesia. E-commerce is electronic commerce which is a collection of technologies, applications and businesses that connect companies or individuals as consumers to exchange goods and services electronically, electronic transactions and exchange information via the internet or television. Many millennials have switched to e-commerce as time has progressed. The purpose of this study is to identify how technological advances affect the development of e-commerce in Indonesia. This study uses a qualitative method, namely understanding social phenomena through a holistic picture and increasing understanding in depth. The results of this study indicate that technological advances have indeed had a major impact on the development of e-commerce in Indonesia due to changes in people's behavior in terms of shopping.*

**Keywords:** *technological progress, e-commerce, people's behavior*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sudah sangat mempengaruhi perilaku social masyarakat saat ini. Teknologi yang berkembang diawali dengan revolusi *industry 1.0* sampai dengan revolusi *industry 4.0* hal tersebut tentu saja mempengaruhi perilaku masyarakat. Perubahan tingkah laku masyarakat yang mengikuti perkembangan teknologi dan berpusat pada kebutuhan manusia saat ini dikenal dengan istilah *society 5.0* yaitu setiap tatanan kebutuhan

masyarakat akan berpusat kepada manusia dan berfokus pada teknologi yang dikembangkan oleh Jepang.

Salah satu hal yang mempengaruhi perilaku kehidupan masyarakat adalah perubahan arus ekonomi secara global. Keberadaan ekonomi Indonesia saat ini telah larut dalam kondisi ekonomi global, hal ini sangat mempengaruhi perekonomian Indonesia bila terjadi kenaikan atau penurunan

kondisi ekonomi global (Yustika, 2019). Perkembangan teknologi ini tentu saja menjadi wadah baru bagi para pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya.<sup>2</sup> Perilaku masyarakat ekonomi yang lebih memilih system online akibat kemajuan teknologi menjadikan para pelaku usaha berlomba-lomba untuk memilih strategi terbaik untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif.

Kemajuan teknologi menciptakan sebuah teknologi *e-commerce* atau *electronic commercial* yang dikembangkan untuk memudahkan transaksi bisnis dengan memanfaatkan teknologi dan website. Banyaknya jumlah penduduk Indonesia yang beralih menjadi pelanggan *e-commerce* menjadikan *e-commerce* sebagai peluang besar bagi para pelaku usaha.<sup>3</sup> Banyak factor yang menjadi alasan konsumen dalam memilih *e-commerce* sebagai salah satu tempat untuk berbelanja online, salah satunya yaitu kemudahan yang didapatkan dalam melakukan transaksi dan pengaruh gaya hidup kalangan millennial yang lebih memilih berbelanja online.

Artikel ini akan membahas bagaimana kemajuan system teknologi bagi perkembangan *e-commerce* di Indonesia dan dampak apa saja yang ditimbulkan bagi kemajuan perekonomian Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu memahami fenomena social melalui gambaran holistic dan memperbanyak pemahaman secara mendalam. Menggunakan pendekatan induktif, berisi nilai-nilai (subjektif), holistic, dan berorientasi pada proses. Data berdasarkan dengan naratif, deskriptif, dalam bentuk narasi (penjelasan kata-kata) mengenai fenomena yang hendak diteliti. Penelitian ini menggunakan beberapa karakteristik penelitian kualitatif yaitu:

1. Menggunakan pola berpikir induktif
2. Perspektif *emic/partisipan* sangat diutamakan dan dihargai
3. Penelitian jenis kualitatif tidak menggunakan rancangan penelitian yang baku.

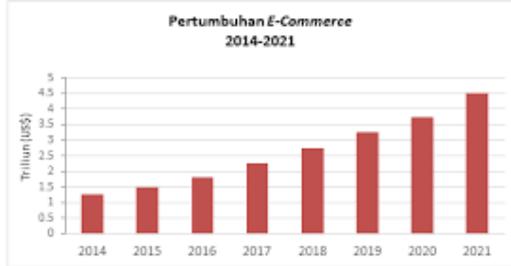
Rancangan penelitian berkembang selama proses penelitian.

4. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami, mencari makna di balik data, untuk menemukan kebenaran, baik kebenaran empiris sensual, empiris logis, dan empirislogis.
5. Subjek yang diteliti, data yang dikumpulkan, sumber data yang dibutuhkan, dan alat pengumpul data bisa berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan.
6. Pengumpulan data dilakukan atas dasar prinsip fenomenologis, yaitu dengan memahami secara mendalam gejala atau fenomena yang dihadapi.
7. Peneliti berfungsi pula sebagai alat pengumpul data sehingga keberadaanya tidak terpisahkan dengan apa yang diteliti.
8. Hasil penelitian berupa deskripsi dan interpretasi dalam konteks waktu serta situasitententu.

## HASIL PENELITIAN

Kemajuan teknologi membawa pengaruh baik bagi perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Kemajuan system teknologi tersebut merubah pola perilaku masyarakat dalam hal berbelanja online. Perubahan perilaku masyarakat ekonomi dari dampak Revolusi Industri 4.0 telah terlihat dengan munculnya pelaku *e-commerce* di Indonesia.

Menurut laporan *Ken Research* yang diakses di [jurnalmaritim.com](http://jurnalmaritim.com)[2] yang berjudul “Logistik dan Pergudangan Indonesia Menurut Sektor (*freight forwarding, warehousing, VAS*) oleh *Domestic and International Services – Outlook 2021*”, *Compound Annual Growth Rate (CAGR)* di pasar logistik Indonesia diperkirakan mencapai 7,9% dalam 5 tahun ke depan hingga 2021. *Freight forwarding* menjadi segmen dengan pertumbuhan tercepat dengan perkiraan CAGR sebesar 9,2%.<sup>6</sup>



Sumber: katadata.co.id dalam teknologi.id diakses pada tanggal 7 Januari 2019 pkl. 14.20

Menurut katadata.co.id dalam teknologi.id, jual beli *e-commerce* di tingkat global mengalami peningkatan yang pesat. Hal tersebut dilihat dari nilai transaksi *e-commerce* atau toko online yang diprediksi akan melebihi 230% di tahun 2021 menjadi US\$ 4,48 triliun atau setara dengan Rp60.467 triliun[3]. Data tersebut dapat dilihat pada grafik.

Lembaga riset asal Inggris, *Merchant Machine*, merilis daftar sepuluh negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia. Indonesia memimpin jajaran negara-negara tersebut dengan pertumbuhan 78% pada 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia yang lebih dari 100 juta pengguna menjadi salah satu kekuatan yang mendorong pertumbuhan *e-commerce*.



Rata-rata uang yang dibelanjakan masyarakat Indonesia di situs belanja daring mencapai US\$ 228 per orang atau sekitar Rp 3,19 juta per orang. Sekitar 17,7% responden membelanjakan uangnya untuk membeli tiket pesawat dan memesan hotel secara daring. Sebanyak 11,9% responden membelanjakan uangnya untuk produk pakaian dan alas kaki. Adapun kategori terpopuler ketiga adalah produk kesehatan dan kecantikan yang dipilih oleh 10% responden. Meksiko menjadi negara yang menduduki peringkat kedua tercepat dalam pertumbuhan *e-commerce* dengan pertumbuhan 59% pada 2018. Sementara itu, Filipina berada di urutan

ketiga dengan pertumbuhan *e-commerce* sebesar 51%.<sup>7</sup>

Berdasarkan data (iprice.co.id, 2018) adapun peta perkembangan 10 besar *e-commerce* di Indonesia adalah pada Gambar berikut.<sup>8</sup>

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking Appstore	Ranking Playstore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	140,414,500	#2	#2	205,070	1,263,800	6,135,250	3,144
2 Shopee	90,705,300	#1	#1	85,440	2,616,800	14,804,290	3,017
3 Bukalapak	89,765,800	#4	#4	168,260	832,460	2,425,880	2,696
4 Lazada	49,620,200	#3	#3	369,840	1,332,380	28,413,580	2,289
5 Biblibi	38,453,000	#6	#6	485,030	822,130	8,349,810	1,372
6 Orami	9,813,100	#27	#26	6,130	87,080	358,080	123
7 Bhinneka	7,678,900	#23	#21	10,920	41,580	1,023,720	588
8 JD ID	7,102,300	#8	#7	24,060	120,270	773,370	1,065
9 Blanja	5,511,600	#19	#12	27,570	n/a	1,226,850	264
10 Zalora	5,218,300	#5	#8	67,100	21,140	7,224,700	484

Dari gambar tersebut menunjukkan bahwa dari tahun ke tahun perkembangan *e-commerce* sangat signifikan dimulai dari pengunjung web bulanan, ranking Appstore, ranking playstore, media twitter, Instagram, facebook, hingga jumlah karyawan yang meningkat. Dari beberapa toko online tersebut dapat kita lihat bahwasannya shopee menduduki peringkat pertama sebagai toko online yang terlaris.

## PEMBAHASAN

Dalam kemajuannya teknologi mengalami kemajuan yang sangat signifikan. Kemajuan teknologi tersebut membawa pengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat. masyarakat yang awalnya terbiasa dengan berbelanja secara langsung dengan adanya kemajuan teknologi menjadi terbiasa berbelanja secara online. Kemajuan teknologi menciptakan wadah baru bagi para pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya. Kemajuan teknologi banyak memunculkan *e-commerce* yang menjadi tempat bagi para pelaku usaha untuk mempromosikan usahanya.

Dalam jurnal Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce) menjelaskan bahwa Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan

Society 5.0 telah memberikan banyak dampak pada kehidupan masyarakat. Perilaku masyarakat yang lebih senang dengan pemanfaatan teknologi untuk pemenuhan kebutuhan dengan segala kemudahan merupakan salah satu bentuk mengalirnya era Revolusi Industri Society 5.0 di Indonesia. *E-commerce* merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi di Indonesia yang dapat dengan mudah memenuhi masyarakat. 44.8% hasil survey menunjukkan transaksi dengan *e-commerce* lebih diminati karena pangsa pasar lebih luas, lebih memberikan kemudahan, tanpa adanya batasan waktu dan perbandingan harga antar produk dapat lebih akurat. Namun dengan perkembangan yang ada merupakan satu pekerjaan penting pemerintah, masyarakat dan dunia pendidikan agar tidak larut dengan perkembangan yang ada. Sehingga dampak sosial yang akan timbul tidak menjadi polemik yang negatif di kalangan masyarakat.<sup>9</sup>

Selain itu dalam jurnal perkembangan elektronik *commerce (e-commerce)* di Indonesia menjelaskan bahwasannya pesatnya perkembangan *e-commerce* yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi memiliki dampak positif bagi para pembisnis, yaitu pengurangan biaya operasional dan dapat memperlebar pangsa pasar, sehingga keuntungan dapat dimaksimalkan dan lebih mudah dalam pengembangan bisnis.<sup>10</sup>

Perdagangan elektronik atau *E-Commerce* adalah hasil teknologi informasi yang saat ini sedang berkembang dengan begitu cepat terhadap pertukaran barang, jasa dan informasi melalui sistem elektronik seperti internet, televisi dan jaringan komputer lainnya. Namun berbagai ragam pengertian atau definisi dari *E-Commerce*, tergantung cara pandang setiap orang yang memanfaatkannya. Menurut Hartman, Amir, (2000) dalam bukunya yang berjudul "Net Ready-Strategies for Success in the E-Economy" memberikan definisi terhadap *E-Commerce* sebagai suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (B-to-B) maupun antar institusi dan konsumen langsung (B-to-C). Berbagai definisi dari *E-*

*Commerce* menurut cara pandang yang berbeda-beda, namun dapat disimpulkan bahwa *E-Commerce* memiliki karakteristik yang tidak dapat dihilangkan, antara lain:<sup>11</sup>

- Transaksi antara dua belah pihak, yaitu pembeli dan penjual;
- Pertukaran barang, jasa, dan informasi,
- Sistem elektronik seperti: internet, televisi dan jaringan komputer lainnya

Ada beberapa jenis transaksi di dalam *e-commerce* ini, antara lain bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen atau konsumen ke bisnis. Karena itu, istilah *e-commerce* dan *e-business* selalu dikaitkan.<sup>12</sup>

1. *E-Commerce Business to Business (B2B)*
2. *E-commerce Business to Consumer (B2C)*
3. *E-commerce C2C (Konsumen Ke Konsumen)*
4. *Consumer to Business (C2B)*
5. Media atau Aplikasi *E-commerce*

Perkembangan *e-commerce* selain menawarkan berbagai macam kemudahan juga memiliki dampak negatif. Sistem transaksi yang tidak memungkinkan adanya pertemuan antara penjual dan pembeli dapat memunculkan persepsi resiko berbeda pada setiap orang. Selain itu ketidaksesuaian gambar dengan barang yang diterima terkadang memunculkan rasa tidak puas pada pembeli. Namun masyarakat ekonomi saat ini lebih mengedepankan kemudahan bertransaksi dengan *e-commerce* daripada mempertimbangkan kerugian yang akan ditanggung.<sup>13</sup>

## KESIMPULAN

Indonesia mengalami perkembangan teknologi yang sangat pesat. Kemajuan teknologi tersebut memiliki dampak baik yaitu berkembangnya sistem perbelanjaan, dimana pada zaman dahulu jika ingin berbelanja harus datang langsung ke toko, namun dengan kemajuan teknologi menciptakan sebuah wadah baru yang disebut dengan *e-commerce* yaitu tempat dimana terjadinya jual beli online yang sangat menguntungkan bagi para penjual dan pembeli. Pengetahuan

masyarakat tentang mudahnya dalam berbelanja online menjadikan masyarakat berlomba-lomba dalam berbelanja, hal tersebut menyebabkan pesatnya perkembangan *e-commerce*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *JURNAL PILAR TEKNOLOGI Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2) [ps://id.techinasia.com/persaingan-ecommerce-indonesia-q3-2019](https://id.techinasia.com/persaingan-ecommerce-indonesia-q3-2019)
- Romindo, R., Muttaqin, M., Saputra, D. H., Purba, D. W., Iswahyudi, M., Banjarnahor, A. R., ... & Simarmata, J. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan KitaMenulis.
- Widagdo, P. B. (2016). Perkembangan electronic commerce (e-commerce) di Indonesia. *Researchgate Article*.
- Yuliana, O. (2000). Penggunaan teknologi internet dalam bisnis. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(1), 36-52.

## Referensi :

<https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/10/jenis-jenis-e-commerce/>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/25/indonesia-jadi-negara-dengan-pertumbuhan-e-commerce-tercepat-di-dunia>

<https://supplychainindonesia.com/peran-logistik-dalam-kemajuan-e-commerce-indonesia/>

<https://www.gramedia.com/literasi/jenis-metode-penelitian/>

<https://www.statistikian.com/2012/10/penelitian-kualitatif.html>