



Dampak E-commerce Terhadap Perkembangan Digital

Vivi Kumala Sari

sariikumala423@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Muhammad Irwan Padli Nasution

irwannst@uinsu.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak *E-commerce telah menjadi utama dalam perkembangan digital, mengubah cara berbisnis, berbelanja, dan berinteraksi dengan dunia digital. Dampaknya meluas membentuk digital secara mendalam dan dapat memperburuk ekonomi di beberapa daerah.*

Kata Kunci : *Peningkatan Aksesibilitas, Platform e-commerce, Peningkatan Teknologi*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan sehari-hari, terutama melalui e-commerce yang mengubah cara orang berbelanja, berbisnis, dan berinteraksi di dunia digital. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, e-commerce tidak hanya mempermudah transaksi tetapi juga menghadapi tantangan, seperti keterbatasan akses layanan keuangan dan belum meratanya akses internet di Indonesia. Meski begitu, e-commerce tetap mempermudah pengguna internet dalam melakukan berbagai aktivitas belanja.

E-commerce menghadirkan persaingan ketat, baik dalam model bisnis maupun inovasi produk. Dengan pengelolaan yang efisien, biaya operasional dapat ditekan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk lebih kompetitif. Selain itu, konsumen juga semakin terbantu dalam mengambil keputusan yang strategis melalui informasi yang tersedia. Transformasi digital pun membuka peluang besar untuk meningkatkan perdagangan barang dan jasa, memberikan kesempatan kepada pelaku bisnis untuk bersaing di pasar yang lebih luas, meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendorong investasi.

Dampak e-commerce terhadap perkembangan digital terletak pada tiga aspek utama: peningkatan akses dan inklusivitas, transformasi model bisnis, dan pengembangan infrastruktur digital. Dalam beberapa tahun terakhir, e-commerce mengalami pertumbuhan pesat didorong oleh meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan smartphone. Sebagai model bisnis berbasis internet, e-commerce kini menjadi salah satu bagian terpenting dalam dunia digital. Konsumen dapat dengan mudah melakukan berbagai aktivitas, seperti mencari informasi, berkomunikasi, hingga berbelanja. Namun, persaingan yang semakin ketat membuat pelaku bisnis online perlu membangun kepercayaan pembeli agar minat belanja online tetap terjaga.

Internet telah mengubah pola hidup masyarakat secara global, memungkinkan perusahaan bersaing di tingkat internasional dan mendorong pertumbuhan perdagangan dunia. Fenomena e-commerce dimulai sejak tahun 1996 dengan munculnya toko online pertama. Walaupun awalnya tidak populer, perkembangan pesat terjadi setelah tahun 1999 hingga saat ini. Tingginya akses internet turut mendorong banyak orang memulai usaha dan menjalankan bisnis secara online.

E-commerce tidak hanya sekadar platform untuk jual beli barang, tetapi juga memberikan banyak manfaat bagi perusahaan maupun konsumen. Salah satu pendorong utama pertumbuhannya adalah kemudahan akses internet yang memungkinkan konsumen menemukan produk yang sesuai harapan. Tren belanja online kini sangat diminati, terutama oleh generasi muda. Data menunjukkan bahwa 91% pengguna usia 15-19 tahun, 89% usia 20-24 tahun, dan 83% usia 25-29 tahun aktif berbelanja online. Bahkan, untuk usia di atas 30 tahun, tingkat penggunaannya juga sangat tinggi. Sekitar 95% pengguna e-commerce berasal dari generasi Z dan milenial, yang tumbuh dengan kemajuan teknologi dan terbiasa menggunakan sistem pembayaran digital. Alasan utama mereka memilih belanja online adalah banyaknya promosi menarik serta harga barang yang lebih murah dibandingkan toko fisik.

Metodologi dan Material

Pendekatan komprehensif digunakan untuk membahas dampak e-commerce terhadap perkembangan digital dengan melibatkan berbagai metode, baik kuantitatif maupun kualitatif, serta pendekatan interdisipliner. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh tentang e-commerce dalam konteks perkembangan digital. Pembahasan mencakup sejarah dan evolusi e-commerce, teori dan konsep yang relevan, analisis data dan bukti, serta implikasi dan penerapannya dalam berbagai bidang.

Hasil dan Pembahasan

1. E-commerce Terhadap Produk Domestik

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Teknologi memudahkan setiap orang untuk mencari, menciptakan, dan menyimpan informasi dengan mudah. Teknologi yang semakin canggih ini juga mendorong munculnya berbagai bisnis baru, di mana sebagian besar orang kini memanfaatkan internet untuk menjalankan transaksi jual beli tanpa batasan geografis.

Keberadaan e-commerce memudahkan proses jual beli, menghemat waktu, dan menekan biaya, sekaligus memberikan konsumen berbagai pilihan produk. Banyak perusahaan berlomba-lomba mendirikan platform e-commerce yang terpercaya dan berkualitas untuk meningkatkan nilai produk mereka sekaligus menawarkan harga yang lebih terjangkau. Hal ini tidak hanya mempermudah konsumen, tetapi juga mendorong pelaku bisnis lain untuk lebih aktif.

Namun, keberhasilan e-commerce juga sangat bergantung pada keamanan internet. Jika keamanan data tidak terjamin, konsumen bisa kehilangan privasi, sehingga

kepercayaan terhadap e-commerce menurun. Kepercayaan konsumen sangat penting dalam transaksi online, karena tanpa kepercayaan tersebut, transaksi tidak akan terjadi. Sebaliknya, ketika keamanan terjamin, konsumen akan merasa lebih nyaman dan aman untuk berbelanja secara online.

China telah membuktikan bagaimana e-commerce berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonominya yang sangat cepat melalui dukungan infrastruktur yang kuat. Dari data yang ada, transaksi e-commerce memberikan dampak positif terhadap produk domestik bruto (PDB). Dalam jangka pendek, transaksi e-commerce di Indonesia memberikan kontribusi sebesar Rp1.052,073 triliun, dengan nilai pengaruh 0,0962. Setiap kenaikan transaksi e-commerce sebesar Rp1 triliun dapat meningkatkan PDB secara positif. Dalam jangka panjang, dampak e-commerce terhadap PDB juga tetap signifikan dan positif, mendukung pertumbuhan ekonomi.

Namun, ada pula dampak negatif yang perlu diperhatikan, seperti meningkatnya impor barang. Produk domestik dalam e-commerce lebih sering berasal dari aktivitas ekonomi formal, sehingga kontribusinya terhadap ekonomi lokal tidak selalu maksimal. Meski demikian, transaksi online tetap mendorong produktivitas industri domestik dan permintaan dalam negeri, mirip dengan dampak ekonomi konvensional. Selain itu, penguatan keamanan e-commerce sangat penting agar konsumen merasa aman saat bertransaksi, sehingga kepercayaan dan pertumbuhan ekonomi dapat terus meningkat.

2. Dampak E-commerce Bagi Perekonomian Indonesia

Perkembangan teknologi yang pesat dan canggih telah memengaruhi berbagai bidang, termasuk bisnis digital. Salah satu bentuknya adalah e-commerce, yang berperan besar dalam mendorong kemajuan bisnis di era digital. Aktivitas jual beli online kini sudah menjadi hal yang umum, bahkan banyak orang telah terbiasa melakukan transaksi ini.

E-commerce adalah kegiatan jual beli yang dilakukan melalui internet, di mana penjual dan pembeli tidak perlu bertemu langsung. Contoh platform e-commerce yang populer di Indonesia antara lain Shopee, Lazada, dan Tokopedia. Dalam beberapa tahun terakhir, perdagangan online di Indonesia telah berkembang dengan sangat pesat.

Berikut adalah beberapa dampak positif e-commerce terhadap perekonomian Indonesia:

a. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi

Pada tahun 2022, nilai ekonomi digital Indonesia mencapai USD59 miliar, dengan pertumbuhan sebesar 22% per tahun. E-commerce menjadi salah satu kontributor utama, dan nilainya diperkirakan meningkat hingga USD95 miliar pada tahun 2025.

b. Meningkatkan Konsumsi Domestik

E-commerce memberikan efisiensi yang lebih besar dalam penawaran produk, sehingga mendorong konsumsi domestik. Kemudahan akses untuk melakukan transaksi online membantu meningkatkan daya beli masyarakat, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi.

c. Meningkatkan Lapangan Kerja

E-commerce menciptakan berbagai peluang kerja baru yang dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan. Contoh pekerjaan di sektor ini meliputi pengembang aplikasi, analis data, dan pemasaran digital, yang semuanya relevan dengan kebutuhan dunia digital saat ini.

d. Memperluas Akses Pasar untuk UMKM

E-commerce membantu UMKM meningkatkan daya saing mereka di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, e-commerce memungkinkan proses jual beli dilakukan secara lebih cepat dan otomatis, sehingga lebih efisien dalam hal waktu dan biaya. Hal ini memberi UMKM peluang untuk bertahan dan berkembang di pasar yang lebih luas.

Meskipun e-commerce memiliki banyak manfaat, ada beberapa dampak negatif yang perlu diperhatikan, antara lain:

a. Persaingan yang Tidak Sehat

Persaingan di sektor e-commerce dapat menjadi tidak sehat akibat praktik bisnis yang tidak adil, seperti penipuan atau penetapan harga yang tidak wajar. Hal ini sering terjadi karena aturan terkait perdagangan online masih belum sepenuhnya jelas dan terkadang sulit diterapkan.

b. Meningkatkan Perilaku Konsumtif

Belanja online dapat memicu perilaku konsumtif, terutama di kalangan anak muda. Kemudahan akses dan berbagai promosi menarik sering kali membuat pengeluaran tidak terkontrol, yang pada akhirnya berdampak negatif pada kondisi keuangan individu.

Perdagangan online memang membawa dampak positif dan negatif dalam kehidupan sehari-hari. Namun, dengan menjadi pembeli yang bijak dan berhati-hati, kita dapat menghindari risiko yang tidak diinginkan saat berbelanja secara online.

3. Dampak Penggunaan E-commerce Terhadap Kalangan Remaja

E-commerce memberikan banyak kemudahan bagi bisnis, konsumen, dan berbagai kalangan. Namun, di balik manfaatnya, ada dampak negatif yang perlu diwaspadai, seperti risiko kebocoran data dan privasi. Kebocoran data pribadi dapat menyebabkan pencurian identitas dan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan e-commerce perlu memastikan keamanan data konsumen dengan menggunakan teknologi yang andal. Di sisi lain, konsumen, termasuk remaja, harus lebih berhati-hati saat memberikan informasi pribadi dalam transaksi online.

Remaja adalah kelompok usia yang sedang mengalami perubahan fisik, psikologis, dan sosial yang membentuk pola pikir serta perilaku mereka di masa depan. Kelompok ini sering menjadi target pasar industri kreatif, seperti musik dan film, karena memiliki pengaruh besar serta daya beli yang kuat.

Namun, remaja juga rentan terhadap berbagai masalah sosial dan kesehatan, seperti penyalahgunaan narkoba dan gangguan mental. Dalam era digital ini, peran orang tua sangat penting untuk memberikan perhatian dan dukungan kepada remaja agar mereka dapat tumbuh menjadi individu yang baik dan tangguh di masa depan.

4. Perkembangan Pasar Online Diera Modern

Di Indonesia, tren belanja online telah mengubah kebiasaan konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berbagai aplikasi e-commerce menjadi platform utama yang digunakan untuk berbelanja secara praktis. Data menunjukkan bahwa 36% konsumen memilih membeli produk fashion secara online, sementara produk kecantikan menjadi pilihan populer dengan persentase 30%. Produk konsumsi menyumbang 13%, perlengkapan rumah tangga 15%, dan gadget sebesar 7,4%. Beragamnya jenis barang yang tersedia di e-commerce menunjukkan bagaimana platform ini mampu memenuhi kebutuhan serta mendukung gaya hidup modern yang berbasis teknologi.

Kelebihan e-commerce antara lain sebagai berikut:

1. Pengelolaan usaha yang efisien, dimana ini mencakup penggunaan platform online untuk menyederhanakan barang, meningkatkan produktivitas, dan memaksimalkan hasil dengan memanfaatkan teknologi
2. Waktu yang mudah disesuaikan, kemampuan untuk melakukan transaksi bisnis online kapan saja dan dimana saja
3. Kenyamanan Berbelanja, memberikan pengalaman berbelanja yang mudah, cepat dan nyaman dalam bertransaksi online
4. Kemudahan dalam proses bertransaksi, upaya untuk menyederhanakan dan memperlancar seluruh pembelian produk secara online

Kekurangan e-commerce antara lain sebagai berikut:

1. Perlunya merancang strategi pengiriman
2. Diperlukan kepastian terkait keamanan, waktu, dan perlindungan
3. Persaingan yang ketat disebabkan oleh keberadaan ribuan hingga jutaan online di platform interne
4. Tidak sesuai dengan pesanan, dimana produk yang dikirim tidak cocok engan apa yang dipesan

Tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa e-commerce telah berhasil memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi sebagian besar daerah. Dalam perkembangan pasar modern, bahwa e-commerce bukan hanya tren melainkan menjadi utama dalam pola konsumsi dan gaya hidup.

Pertumbuhan yang sangat pesat dan didorong oleh kemudahan teknologi serta akses internet, membuka peluang bisnis dan menghadirkan berbagai macam keuntungan. Meskipun keamanan data dan kurangnya kepercayaan di beberapa daerah masih diperhatikan. Dalam menghadapi masalah ini, e-commerce harus terus beradaptasi dengan cara berbelanja dan bertransaksi.

5. Manfaat dan Tantangan E-commerce dalam Ekonomi Digital

Kemajuan teknologi yang pesat telah memberikan dampak besar pada dunia bisnis. Aplikasi yang terhubung dengan internet kini memudahkan proses jual beli. Di Indonesia, terdapat berbagai platform marketplace ternama seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, TikTok Shop, dan Blibli. Semua platform ini mengusung konsep *one-stop shopping*, memungkinkan pengguna untuk membeli berbagai jenis produk dalam satu aplikasi.

E-commerce memiliki keunggulan, salah satunya adalah penghematan biaya operasional. Hal ini membuat banyak pebisnis online tidak memerlukan banyak karyawan. Selain itu, Indonesia juga merupakan pengguna Facebook terbesar keempat di dunia, dengan 122 juta pengguna, dan memiliki aktivitas yang tinggi di platform Twitter. Dalam era digital global ini, informasi tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi dan transaksi, tetapi juga menjadi elemen penting dalam perekonomian.

Meski memiliki banyak manfaat, e-commerce juga menghadapi berbagai tantangan. Persaingan yang ketat membuat bisnis sulit berkembang dan bertahan. Kepercayaan konsumen terhadap belanja online masih tergolong rendah, dan keamanan informasi serta privasi menjadi masalah serius yang harus diatasi.

Selain itu, usaha kecil seperti UMKM menghadapi tantangan besar, mulai dari keterbatasan teknologi informasi, rendahnya literasi digital, hingga biaya yang harus dikeluarkan untuk mengelola bisnis e-commerce. Tidak semua UMKM dapat memanfaatkan teknologi ini untuk memasuki pasar digital.

Peraturan hukum yang mengatur e-commerce juga menciptakan tantangan tersendiri bagi pebisnis. Kepercayaan dalam e-commerce melibatkan dua aspek utama: kepercayaan terhadap penjual dan kepercayaan terhadap keamanan transaksi. Untuk itu, dibutuhkan solusi inovatif dan regulasi yang mendukung agar tantangan ini dapat diatasi dan e-commerce bisa terus berkembang.

KESIMPULAN

Peran teknologi yang sangat penting seperti media sosial dan platform e-commerce dalam mendorong peningkatan penggunaan internet dan media sosial yang membutuhkan akses online untuk berbelanja dan berkomunikasi kepada penjual, yang mengubah perilaku konsumen membuat mereka lebih terbiasa dengan transaksi online dan pengalaman berbelanja dengan cepat dan mudah, pengembangan regulasi yang jelas yang mendukung dan mengatur kegiatan e-commerce dan mendorong pertumbuhan bisnis online. Bisnis harus terus beradaptasi dengan perubahan dan menemukan strategi baru untuk memanfaatkan e-commerce secara efektif. Dalam berinvestasi digital yang kuat dan terjangkau sangat penting untuk mendukung pertumbuhan e-commerce. Pelatihan yang jelas bagi pelaku usaha lokal demi meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfia Utami, M. I. (2023). Perkembangan Pasar Online Di Era Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* , 132.
- Dhety Chusumastuti, C. R. (2023). Gangguan Digital dan Transformasi Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* , 185.
- Eri Yanti Nasution, P. H. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah* , 519.
- FaradhilaSaffa Dhamira, A. N. (2022). Dampak Penggunaan E-commerce Terhadap Kalangan Remaja. *Jurnal Inovasi Teknik Dan Edukasi Teknologi* , 484.

- Nur Kholifatul Aula, S. (2022). Pengaruh E-commerce Terhadap Produk Domestik Di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan* , 48.
- Wulan, S. D. (2024). Manfaat Dan Tantangan E-commerce Dalam Ekonomi Digital Di Bidang Bisnis . *Manfaat Dan Tantangan E-commerce Dalam Ekonomi Digital Di Bidang Bisnis* , 50.