

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

1. Indikator *e-commerce* selama periode penelitian mengalami peningkatan hampir di semua wilayah Indonesia. Nilai transaksi *e-commerce* terus mengalami pertumbuhan positif. Pulau Jawa merupakan pulau yang memiliki nilai transaksi *e-commerce* terbesar di Indonesia. Jumlah pelaku usaha *e-commerce* juga mengalami peningkatan setiap tahunnya. Jumlah pelaku usaha *e-commerce* juga masih terkonsentrasi di pulau Jawa. Jumlah menara BTS di tiap Provinsi juga mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah menara BTS lebih di konsentrasikan di Kawasan Timur Indonesia. Seiring dengan kebutuhan komunikasi yang semakin meningkat setiap tahunnya pertumbuhan biaya komunikasi rumah tangga juga mengalami peningkatan.
2. Dari Hasil olah data panel simultan diketahui bahwa Nilai transaksi *e-commerce*, indeks pembangunan TIK, jumlah tenaga kerja, konsumsi masyarakat dan jumlah investasi memberikan dampak langsung dan simultan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada persamaan transaksi *e-commerce* diketahui bahwa jumlah pelaku *e-commerce* dan konsumsi masyarakat memberikan pengaruh dampak langsung dan simultan terhadap nilai transaksi *e-commerce*. Pada persamaan simultan ketiga diketahui bahwa pertumbuhan ekonomi, biaya komunikasi, pertumbuhan penduduk dan jumlah menara BTS memberikan dampak langsung dan simultan terhadap jumlah pelaku usaha *e-commerce*. Pada persamaan simultan keempat diketahui bahwa jumlah pelaku usaha *e-commerce*, jumlah penduduk dan jumlah menara BTS memberikan dampak langsung dan simultan terhadap biaya komunikasi rumah tangga.
3. Dengan memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan kelemahan maka matriks SWOT berada pada kuadran 1 yaitu memaksimalkan kekuatan dirubah menjadi peluang. Rekomendasi strategi adalah Progresif yaitu mendukung pertumbuhan yang semakin baik, melakukan ekspansi, dan mencapai kemajuan

lebih maksimal. Strategi yang dilakukan adalah strategi memanfaatkan peluang dan kekuatan yang dimiliki. Berdasarkan hasil QSPM matriks SWOT diketahui bahwa terdapat delapan strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kontribusi *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi. Strategi tersebut adalah peningkatan investasi dalam infrastruktur logistik, penguatan pasar *e-commerce*, peningkatan penetrasi *e-commerce* di daerah terpencil, program khusus untuk daerah dengan akses internet terbatas, pemanfaatan potensi pasar yang besar dan dukungan UMKM digital, pengembangan program pendidikan dan pelatihan untuk UMKM, membangun kemitraan dengan pihak ketiga dan peningkatan inovasi teknologi dan efisiensi biaya pada UMKM.

6.2. Saran

1. *E-commerce* memberikan peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. *E-commerce* merupakan salah satu sumber pertumbuhan ekonomi baru bagi Indonesia. Kontribusi *e-commerce* yang masih kecil ini tidak terlepas dari keberadaan infrastruktur *e-commerce* yang belum memadai. Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak daerah dan pulau – pulau. Sementara infrastruktur *e-commerce* belum tersebar secara merata. Rekomendasi penelitian ini bagi Regulator adalah menyediakan infrastruktur *e-commerce* lebih merata ke berbagai daerah di Indonesia. Infrastruktur *e-commerce* yang harus disediakan oleh pemerintah adalah jumlah menara BTS yang semakin diperbanyak terutama pada Kawasan Timur Indonesia. Menambah *Bandwidth* agar lebih mempermudah dan mempercepat akses internet serta infrastruktur TIK lainnya. Semakin tersedianya dengan baik indikator *e-commerce* di suatu daerah maka akan memberikan dukungan terhadap perkembangan *e-commerce* di daerah tersebut. Ketersediaan infrastruktur telekomunikasi sangat memiliki peranan yang penting dalam *e-commerce*. Sebagai model bisnis yang menggunakan internet *e-commerce* sangat tergantung pada ketersediaan internet. Keberadaan menara BTS ini akan memberikan dampak pada peningkatan jumlah pelaku usaha *e-commerce*, peningkatan penjualan dan peningkatan nilai transaksi *e-commerce*. Selain itu diharapkan pemerintah

semakin sering mengadakan pelatihan – pelatihan bagi para UMKM digital agar terus dapat mengikuti perkembangan dan kemajuan dunia digital.

2. Untuk meningkatkan peran *e-commerce* dalam pertumbuhan ekonomi adalah meningkatkan nilai transaksi *e-commerce*. Peningkatan transaksi *e-commerce* dapat dilakukan oleh para pelaku usaha. Para pelaku usaha *e-commerce* harus tetap mempertahankan penjualan dengan media *e-commerce*. Selain mempertahankan penjualan para pelaku usaha *e-commerce* juga harus terus berinovasi dan berkreatifitas untuk terus memunculkan ide -ide baru, produk – produk yang *update* dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Para pelaku usaha *e-commerce* juga harus sering mengikuti pelatihan dan pembinaan tentang UMKM digital agar lebih cepat dan tanggal terhadap perubahan dan perkembangan teknologi yang terus berkembang dengan pesat. Apabila jumlah pelaku usaha online meningkat dan menyediakan berbagai alternatif pilihan masyarakat dengan disertai inovasi dan kreatifitas maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk berbelanja di *e-commerce* yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai transaksi *e-commerce*. Peningkatan nilai transaksi *e-commerce* memberikan dampak positif terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi. Indonesia juga harus mempersiapkan tenaga kerja tradisional menjadi tenaga kerja yang digital
3. Bagi para akademisi, penelitian ini merupakan aplikasi dari manfaat teoritis. Dari hasil penelitian ini didapat beberapa rekomendasi kebijakan dan variabel yang dapat meningkatkan kontribusi *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bagian dari penelitian ekonomi digital serta sebagai salah satu sumber bagi para peneliti yang lain yang akan meneliti tentang ekonomi digital dan perekonomian.

6.3. Keterbatasan Studi dan Penelitian Lanjutan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta internet, yang secara tak terduga telah diakselerasi oleh kehadiran pandemi, dalam sekejap mengubah kehidupan sosial dan perekonomian. Era Revolusi Industri 4.0 membawa transformasi digital ke dalam kehidupan ekonomi dan masyarakat dan

menciptakan ekonomi digital. Revolusi industri di dorong oleh kemajuan teknologi yang sangat pesat. Beberapa jenis teknologi seperti *Internet of Things (IoT)* dan *Big Data & Advanced Analytic* banyak digunakan di berbagai bidang.

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi berdampak signifikan terhadap perilaku konsumen di dunia, pemilihan dan keputusan pembelian. Teknologi informasi memungkinkan untuk melakukan berbagai aktivitas secara cepat, akurat, tanpa batasan waktu dan tempat, sehingga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Perubahan perilaku konsumen mengenai cara pengumpulan informasi dan transaksi pembelian dan penjualan yang dilakukan harus terus diperiksa untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang keinginan dan kebutuhan konsumen.

Berbagai penelitian yang berhubungan dengan teknologi sudah dilakukan. Salah satunya adalah penelitian mengenai *e-commerce*. Penelitian yang mengambil topik *e-commerce* merupakan penelitian yang relatif baru dilakukan. Terutama sejak terjadi pandemic COVID 19 yang telah merubah cara konsumsi masyarakat yang dahulunya dilakukan secara tatap muka berubah menjadi online.

Penelitian mengenai dampak *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi merupakan penelitian yang memanfaatkan teknologi digital dalam perekonomian. *E-commerce* sendiri merupakan salah satu bagian dari ekonomi digital yang ada. Keterbatasan studi ini hanya melihat dampak *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini hanya mengambil nilai transaksi *e-commerce* secara keseluruhan. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah data jumlah tenaga kerja yang digunakan adalah data total tenaga kerja di provinsi di Indonesia, bukan data tenaga kerja yang ada di sector *e-commerce*. Peneliti sudah mencoba mencari data mengenai jumlah tenaga kerja di sector *e-commerce* tiap provinsi di Indonesia, tetapi belum dapat ditemukan. Data investasi yang digunakan juga bukan merupakan investasi dari sector *e-commerce*, tetapi data investasi Penanaman Modal Dalam Negeri. Dari penggunaan kedua data tersebut merupakan keterbatasan dalam penelitian ini. Bila di telusuri lebih jauh di dalam *e-commerce* terdapat komponen yang memberikan kontribusi terhadap nilai *e-commerce* secara keseluruhan. Diantaranya adalah system pembayaran dan *m-commerce*.

Penggunaan system pembayaran non tunai saat ini sudah berkembang dengan sangat pesat. Pada saat ini pemerintah Indonesia mencoba menggalakan system pembayaran non tunai keseluruh wilayah di Indonesia. M-ommerce juga merupakan bagaian dari *e-commerce* yang mengalami pertumbuhan yang pesat. Penggunaan media sosial sebagai sarana jual beli juga sudah berkembang dengan pesat.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi awal bagi para peneliti selanjutnya. Penelitian lanjutan dari penelitian ini dengan mengambil bagian dari *e-commerce* itu sendiri atau lingkup yang lebih luas yaitu ekonomi digital. Ekonomi digital yang terus mengalami perubahan akan memberikan dampak terhadap berbagai aspek kehidupan. Komponen ekonomi digital yang ada seperti *Fintech* (Cryptocurrency, pembayaran digital) dan layanan platform (uber, airbnd) dan lainnya yang saat ini sedang marak berkembang.

Dengan semakin banyaknya penelitian – penelitian ekonomi digital yang dilakukan maka, peningkatan kesejahteraan masyarakat, peluang usaha dan peningkatan pertumbuhan ekonomi tidak hanya bergantung dari sektor ekonomi konvensional yang sekarang dilakukan.