

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Perkembangan Nilai Transaksi E-Commerce, Pengguna Internet, dan Neraca Perdagangan

5.1.1 Perkembangan Nilai Transaksi E-Commerce

Perkembangan dunia digital yang diperantai oleh kemajuan teknologi dan informasi telah membawa dampak dalam kehidupan masyarakat modern saat ini. Perkembangan tersebut menawarkan kemudahan dalam segala aspek kehidupan masyarakat, salah satunya yaitu entitas baru dalam dunia bisnis dengan perdagangan melalui sarana elektronik atau internet. Kemajuan dalam perdagangan digital saat ini dibuktikan dengan kehadiran *e-commerce*. *E-commerce* sebagai suatu cara untuk melakukan aktivitas perekonomian dengan infrastruktur internet memiliki jangkauan penerapan yang cukup luas. *E-commerce* dengan penggunaan internet memiliki segmentasi penerapan yang luas yang dapat dilakukan oleh siapapun dan dimanapun dalam aktivitas ekonomi.

E-commerce saat ini telah mereformasi perdagangan konvensional menuju ke perdagangan dengan interaksi secara tidak langsung (*virtual*). *E-commerce* telah menghubungkan produsen, konsumen serta masyarakat dalam sebuah platform yang menyediakan transaksi jual beli tanpa adanya batas jarak dan waktu secara global. Kemudahan yang disediakan oleh *e-commerce* menarik pelaku usaha untuk melakukan penjualan secara online. Hal ini tak terkecuali oleh konsumen yang juga melakukan peralihan dalam melakukan proses pembelian secara online.

Indonesia sebagai ekonomi terbesar di Asia Tenggara telah menyaksikan transformasi digital yang luar biasa cepat dalam beberapa tahun belakangan ini, dengan *e-commerce* sebagai salah satu pendorong utamanya serta penyumbang terbesar pada ekonomi digital di Indonesia. Salah satunya pakaian dan fashion tren kini menjadi komoditas pertama yang memuncaki daftar komoditas yang sering diperdagangkan di Indonesia melalui *e-commerce*, baik melalui ekspor maupun impor. Aktivitas ekspor-impor menggunakan *e-commerce* di Indonesia tidak hanya terjadi antara perusahaan. Namun aktivitas tersebut juga dapat

dilakukan oleh individu yang menggunakan platform *e-commerce* yang disediakan oleh perusahaan.

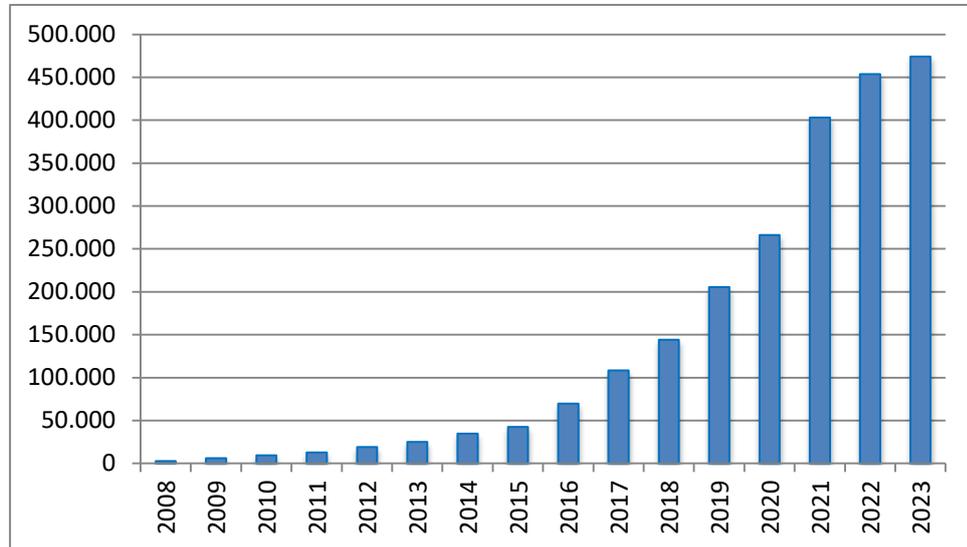
Menurut catatan Bank Indonesia (BI) nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2023 mencapai Rp.453,75 triliun, diproyeksikan akan terus tumbuh dan berkembang. Dengan populasi yang besar dan semakin terhubung secara digital jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia mencapai 58,63 juta pengguna. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat hingga mencapai 99,1 juta pengguna pada tahun 2029. Melalui dukungan dari pemerintah dalam pengembangan infrastruktur dapat membawa optimisme dalam perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia terutama dalam meningkatkan sektor perekonomian.

Tabel 5. 1 Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia Tahun 2008-2023

Tahun	Nilai Transaksi E-Commerce (Triliun Rupiah)
2008	2,800
2009	6,200
2010	9,600
2011	13,000
2012	19,000
2013	25,000
2014	34,900
2015	42,504
2016	69,828
2017	108,372
2018	144,144
2019	205,500
2020	266,300
2021	403,000
2022	453,750
2023	474,000

Sumber : Databoks (2023) (Diolah)

Dibawah ini grafik transaksi *e-commerce* untuk melihat gambaran nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia yaitu sebagai berikut :



Gambar 6 Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia Tahun 2008-2023
Sumber : Databoks (2023) (Diolah)

Berdasarkan tabel 5.1 dan gambar 6 terlihat bahwa nilai dari transaksi *e-commerce* di Indonesia selalu mengalami peningkatan yang cukup pesat dari tahun ke tahun. Dari tahun 2010 hingga tahun 2015 nilai dari transaksi *e-commerce* Indonesia masih dibawah angka sebesar Rp. 50.000 Trilliun. Hal tersebut dikarenakan pada saat itu *e-commerce* belum banyak dikenal oleh masyarakat dan minimnya pengetahuan serta kepercayaan masyarakat terhadap *e-commerce*. Kemudian pada tahun 2016 nilai transaksi *e-commerce* juga meningkat sebesar Rp. 69.828 Trilliun. Pada tahun 2017 nilai dari transaksi *e-commerce* juga meningkat hingga mencapai angka sebesar Rp. 108.372 Trilliun dan pada tahun 2018 sebesar Rp. 144.144 Trilliun. Dan ditahun 2019 juga mengalami peningkatan sebesar Rp. 205.500 Trilliun, juga diikuti peningkatan di tahun 2020 yang mencapai angka sebesar Rp. 266.300 Trilliun. Kemudian pada tahun 2021 angka dari nilai transaksi *e-commerce* mencapai nilai yang fantastis yaitu sebesar Rp. 403.000 Trilliun, yang diikuti pada tahun 2022 meningkat sebesar Rp. 453.750 Trilliun. Hingga ditahun 2023 merupakan angka tertinggi dari nilai transaksi *e-commerce* yang mencapai hingga Rp. 474.000 Trilliun.

Berdasarkan data diatas maka dapat dilihat bagaimana perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia periode tahun 2008-2023 sebagai berikut :

**Tabel 5. 2 Perkembangan Nilai Transaksi E-commerce di Indonesia
Tahun 2008-2023**

Tahun	Nilai Transaksi E-Commerce (Triliun Rupiah)	Perkembangan (%)
2008	2,800	-
2009	6,200	121,43
2010	9,600	54,84
2011	13,000	35,42
2012	19,000	46,15
2013	25,000	31,58
2014	34,900	39,60
2015	42,504	21,79
2016	69,828	64,29
2017	108,372	55,20
2018	144,144	33,01
2019	205,500	42,57
2020	266,300	29,59
2021	403,000	51,33
2022	453,750	12,59
2023	474,000	4,46
Rata-Rata		35,97

Sumber : Databoks (Diolah di Excel)

Berdasarkan data tabel 5.2, terlihat data perkembangan nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dimulai pada tahun 2008 jumlah nilai transaksi *e-commerce* menunjukkan sebesar Rp.2,8 triliun dan pada tahun 2009 sebesar Rp.6,2 triliun dengan tingkat perkembangan 121,43 persen. Kemudian terlihat pada tahun 2010 nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp.9,6 triliun. Dan tahun 2011 menunjukkan peningkatan sebesar 35,42 persen dengan total nilai transaksi mencapai Rp.13 triliun. Pertumbuhan masih terus berlanjut dengan peningkatan yang signifikan pada tahun 2012 dan 2013 masing-masing sebesar 46,15 persen dan 31,58 persen, perkembangan tersebut mencapai nilai transaksi sebesar Rp.25 triliun. Hal

tersebut menunjukkan awal mula tren pertumbuhan yang kuat dalam sektor *e-commerce* Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2014 dan 2015 juga masih menunjukkan pertumbuhan dengan nilai transaksi Rp.34.900 triliun dengan tingkat perkembangan 39,60 persen pada 2014 dan tahun 2015 sebesar Rp.42,504 triliun dengan persentase perkembangan 21,79 persen. Kemudian perkembangan tahun 2016 menjadi tahun lonjakan yang tinggi sebesar 64,29 persen yang mencapai Rp.69,828 triliun. Pertumbuhan ini masih berlanjut pada tahun 2017 dengan tingkat perkembangan mencapai 55,20 % hingga mencapai nilai transaksi sebesar Rp.108.372 triliun. Ini menunjukkan mulai adanya adopsi massal *e-commerce* di Indonesia. Selanjutnya pada tahun 2018 dan 2019 sudah ditandai tingkat pertumbuhan yang kuat, dengan nilai transaksi meningkat masing-masing sebesar 33,01 persen dan 42,57 persen hingga mencapai nilai transaksi Rp.205,5 triliun pada 2019. Kemudian pada tahun 2020 terjadi pandemi covid 19 yang mempercepat adopsi *e-commerce* secara masif, dengan nilai transaksi melonjak hingga Rp.266.300 triliun dengan tingkat perkembangan 29,59 persen. Dan tahun 2021 terjadi lonjakan yang lebih tinggi lagi sebesar 51,33 persen yang mencapai nilai transaksi Rp.402 triliun. Lonjakan tersebut dipengaruhi oleh perubahan perilaku konsumen yang beralih ke belanja online akibat pembatasan sosial. Setelah pertumbuhan besar selama periode 2020-2021, tahun 2022 menunjukkan perlambatan dengan pertumbuhan hanya sebesar 12,59 persen dengan nilai transaksi Rp.453,75 triliun. Perkembangan tersebut juga menurun pada tahun 2023 hanya 4,46 persen, namun nilai transaksi masih tetap tinggi pada angka Rp.474 triliun. Dari data keseluruhan, *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang luar biasa dari tahun 2010 hingga 2023. Dengan rata-rata perkembangan sebesar 35,97 persen, sektor ini menjadi pilar utama dalam ekonomi digital Indonesia.

5.1.2 Perkembangan Pengguna Internet

Perkembangan pengguna internet di Indonesia telah menjadi salah satu transformasi sosial yang paling signifikan dalam beberapa dekade terakhir. *E-society* atau masyarakat digital, yang mengacu pada komunitas yang

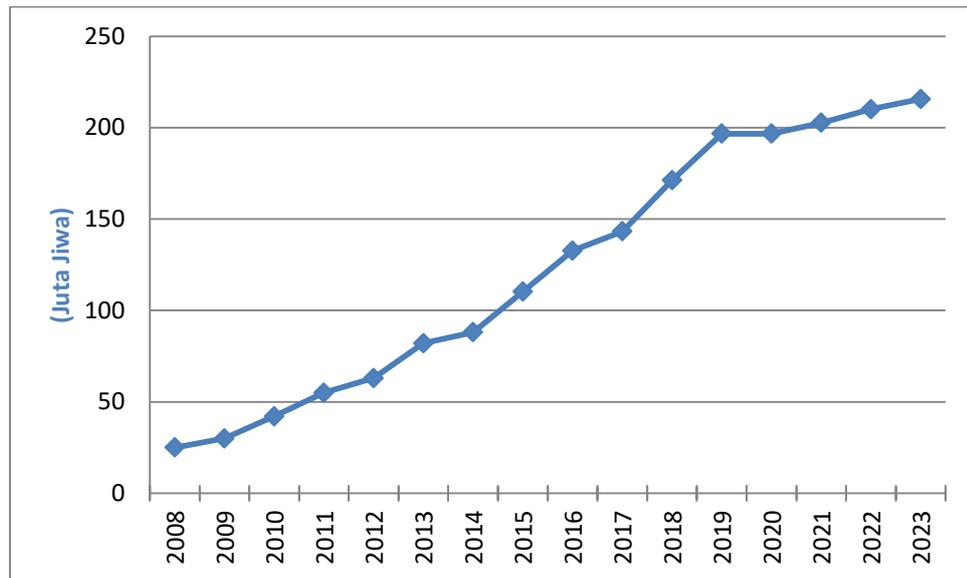
menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara luas dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari interaksi sosial hingga aktivitas ekonomi dan pemerintahan. Transformasi pengguna internet terlihat sangat jelas dalam sektor ekonomi, dimana *e-commerce* telah menjadi pendorong utama pertumbuhan digital di Indonesia. Dari belanja online hingga layanan keuangan digital seperti *e-wallet*, masyarakat Indonesia semakin mengandalkan platform digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dimana semenjak pandemi covid-19 mempercepat adopsi *e-commerce* dengan banyak orang yang beralih ke belanja online akibat pembatasan sosial.

Tabel 5. 3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2008-2023

Tahun	Jumlah Pengguna Internet (Juta Jiwa)
2008	25
2009	30
2010	42
2011	55
2012	63
2013	82
2014	88,1
2015	110,2
2016	132,7
2017	143,26
2018	171,18
2019	196,7
2020	196,71
2021	202,6
2022	210,03
2023	215,6

Sumber : APJII

Dibawah ini grafik pengguna internet di Indonesia untuk melihat gambaran jumlah pengguna internet di Indonesia yaitu sebagai berikut :



Gambar 7. Grafik Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2008-2023
 Sumber : APJII

Berdasarkan tabel 5.3 dan gambar 7, terlihat bahwa telah terjadi peningkatan pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya seiring dengan perkembangan teknologi dan kemudahan akses internet. Terlihat pada tahun 2010 jumlah pengguna internet di Indonesia masih relatif kecil hanya sekitar 42 juta jiwa. Pada masa ini internet belum menjadi kebutuhan utama masyarakat. Kemudian meningkat menjadi 55 juta pengguna pada tahun 2011. Tahun 2012 terus bertambah hingga 63 juta pengguna. Kemudian pada tahun 2013 dan 2014 tetap meningkat masing-masing 82 dan 88,1 juta pengguna. Selanjutnya pada tahun 2015 angka pengguna masih tetap meningkat dengan lonjakan hingga 110,2 juta pengguna. Artinya adopsi internet mulai menyebar. Kemudian tahun 2016 pengguna internet naik menjadi 132,7 juta jiwa, diikuti dengan tahun 2017 sebesar 143,26 juta pengguna dan tahun 2018 mencapai 171,18 juta pengguna. Hingga pada tahun 2019 dan 2020 angka pengguna internet berada pada 196,71 juta jiwa. Kemudian tahun 2020 hingga 2023 jumlah pengguna internet selalu meningkat menjadi 215,6 juta jiwa, dimana penetrasi internet di Indonesia sudah mencapai sebagian besar populasi di Indonesia. Untuk melihat perkembangan pengguna internet di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5. 4 Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia**Tahun 2008-2023**

Tahun	Pengguna Internet (Juta Jiwa)	Perkembangan (%)
2008	25	-
2009	30	20,00
2010	42	40,00
2011	55	30,95
2012	63	14,55
2013	82	30,16
2014	88,1	7,44
2015	110,2	25,09
2016	132,7	20,42
2017	143,26	7,96
2018	171,81	19,93
2019	196,7	14,49
2020	196,71	0,01
2021	202,6	2,99
2022	210,03	3,67
2023	215,6	2,65
Rata-Rata		15,74

Sumber : APJII (Diolah di Excel)

Berdasarkan data tabel 5.4, terlihat bahwa angka jumlah pengguna internet di Indonesia selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dimulai dari tahun 2008 jumlah pengguna internet sebanyak 25 juta jiwa pengguna dan meningkat menjadi 30 juta pengguna pada tahun 2009 dengan tingkat perkembangan 42 persen. Pada tahun 2010 jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 42 juta jiwa. Dan meningkat sebesar 40 persen pada tahun 2011 dengan jumlah pengguna menjadi 55 juta jiwa. Hal ini merupakan awal penetrasi internet mulai menyebar di Indonesia. Kemudian tahun 2012 jumlah pengguna internet tetap meningkat sebanyak 63 juta jiwa dengan tingkat perkembangan sebesar 14,55 persen, diikuti tahun 2013 pengguna mencapai 82 juta jiwa dengan pertumbuhan 30,16 persen. Dengan mulai berkembangnya teknologi mobile, peningkatan aksesibilitas internet di kota-kota besar juga semakin berkembang. Selanjutnya pada tahun 2014 dan 2015 menunjukkan bahwa jumlah pengguna

internet meningkat dengan laju yang relatif stabil. Dimana pada tahun 2014 jumlah pengguna mencapai 88,1 juta jiwa dengan tingkat perkembangan 7,44 persen. Tahun 2015 terjadi peningkatan yang lebih tinggi sebesar 25,09 persen yang mencapai 110,2 juta jiwa pengguna. Pertumbuhan tersebut masih berlanjut pada tahun 2016 dengan perkembangan 20,42 persen yaitu 132,7 juta jiwa pengguna, dan tahun 2017 berkembang sebesar 7,96 persen dengan jumlah pengguna mencapai 143,26 juta jiwa. Peningkatan ini didorong oleh semakin mudahnya akses internet melalui ponsel pintar dan meluasnya jaringan internet di Indonesia.

Kemudian tahun 2018 dan 2019 peningkatan jumlah pengguna internet yang signifikan dengan pertumbuhan masing-masing sebesar 19,93 persen dan 14,49 persen, hingga mencapai jumlah pengguna 196,7 juta jiwa pada tahun 2019. Dan tahun 2020 menunjukkan pertumbuhan yang hampir sama dengan tahun sebelumnya hanya meningkat 0,01 persen dengan pengguna 196,71 juta jiwa. Setelah tahun 2020 yang pertumbuhan penggunanya hampir stagnan kini mulai stabil dengan laju pertumbuhan pada tahun 2021 yaitu 2,99 persen dengan pengguna sejumlah 202,6 juta jiwa, tahun 2022 berkembang 3,67 persen dengan pengguna 210,03 juta jiwa, dan tahun 2023 2,65 persen dengan jumlah pengguna internet mencapai 215,6 juta jiwa. Perlambatan pertumbuhan ini menunjukkan bahwa pasar pengguna internet di Indonesia mulai merata, dengan sebagian besar populasi yang dapat mengakses internet sudah terhubung. Dari keseluruhan data tersebut, jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat pesat dari tahun 2010 hingga 2023 dengan rata-rata perkembangan sekitar 15,74 persen per tahun. Hal ini menunjukkan adopsi internet yang semakin luas dan peningkatan aksesibilitas yang signifikan di Indonesia.

5.1.3 Perkembangan Neraca Perdagangan

Neraca perdagangan (*trade balance*) merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur aktivitas perdagangan internasional dalam suatu negara. Neraca perdagangan ini dilakukan sebagai jejak rekam transaksi ekonomi yang dilakukan masyarakat suatu negara dengan negara seluruh dunia dalam

jangka waktu tertentu. Neraca perdagangan dikatakan surplus apabila nilai ekspor lebih tinggi dari impor, dan sebaliknya neraca perdagangan dikatakan defisit apabila nilai impor yang lebih tinggi dari ekspor.

Di Indonesia, neraca perdagangan merupakan indikator penting untuk melihat kondisi perekonomian negara Indonesia dalam hubungan perdagangan internasional. Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi kondisi krisis yang melanda Indonesia yaitu pada tahun 2012 dan 2020 sebagai akibat dari pandemi covid 19. Bagaimana kekuatan ekonomi dan perdagangan Indonesia dalam menghadapi krisis-krisis tersebut yang dapat dilihat dari performa neraca perdagangannya. Sebagai negara dengan perekonomian terbuka, Indonesia memiliki neraca perdagangan yang merefleksikan performa Indonesia dalam aktivitas perekonomian untuk menghadapi krisis ekonomi.

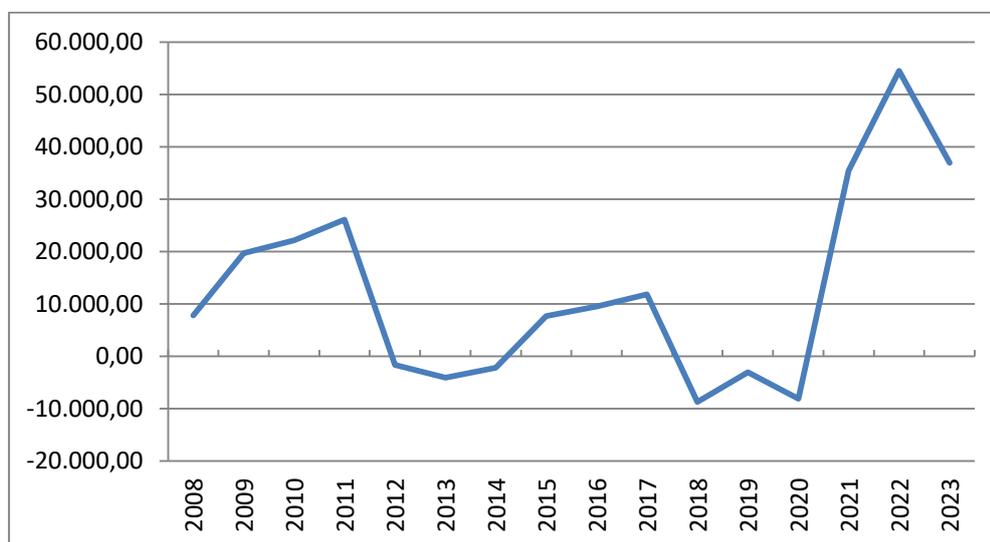
Kemenkeu mengatakan bahwa neraca perdagangan Indonesia masih tercatat surplus pada tahun 2023 lalu, dimana ditengah risiko global yang masih tinggi karena adanya penurunan harga komoditas dan perlambatan ekonomi dunia. Yang artinya resiliensi Indonesia masih terjaga dengan baik yang harus dipertahankan dan ditingkatkan. Proyeksi kinerja ekspor-impor Indonesia diperkirakan masih berada dalam tren positif. Dengan keberlanjutan tahapan hilirisasi Sumber Daya Manusia (SDA) yang terus didorong dapat meningkatkan daya saing dan kinerja ekspor nasional.

Tabel 5. 5 Nilai Neraca Perdagangan di Indonesia tahun 2008-2023

Tahun	Ekspor	Impor	Neraca Perdagangan
2008	137.020,40	129.197,30	7.823,10
2009	116.510,00	96.829,20	19.680,80
2010	157.779,10	135.663,30	22.115,80
2011	203.496,60	177.435,70	26.060,90
2012	190.020,30	191.691,00	-1.670,70
2013	182.551,80	186.628,70	-4.076,90
2014	175.980,00	178.178,80	-2.198,80
2015	150.366,30	142.694,50	7.671,80
2016	145.134,00	135.652,80	9.481,20
2017	168.828,20	156.985,50	11.842,70
2018	180.012,70	188.711,20	-8.698,50
2019	167.683,00	170.727,40	-3.044,40
2020	163.191,80	171.275,70	-8.083,90
2021	231.609,50	196.190,00	35.419,50
2022	291.904,30	237.447,10	54.457,20
2023	258.797,20	221.885,70	36.911,50

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS)

Untuk melihat gambaran dari nilai neraca perdagangan di Indonesia yang lebih rinci, dapat dilihat melalui grafik sebagai berikut :



Gambar 8. Grafik Nilai Neraca Perdagangan di Indonesia Tahun 2008-2023

Sumber : Badan Pusat Statistik (Diolah)

Berdasarkan data tabel 5.5 dan gambar grafik 7, terlihat bahwa nilai neraca perdagangan di Indonesia dari tahun 2008 sampai tahun 2023 mengalami fluktuasi

dari tahun ke tahun. Pada awal tahun 2008 nilai neraca perdagangan sebesar US\$ 7.823,10 Juta dan meningkat sebesar US\$ 19.680,80 Juta pada tahun 2009. Di tahun 2010 nilai dari neraca perdagangan di Indonesia sebesar US\$ 22.115,80 Juta dan pada tahun 2011 meningkat sebesar US\$ 26.060,90 Juta. Kemudian pada tahun 2012, Indonesia mengalami krisis ekonomi yang berdampak pada neraca perdagangan Indonesia sehingga mengalami defisit sebesar US\$ -1.670,70 Juta. Namun pada tahun 2015 kembali mengalami peningkatan sebesar US\$ 7.671,80 Juta, tahun 2016 sebesar US\$ 9.481,20 Juta, dan pada tahun 2017 juga masih mengalami peningkatan hingga pada angka US\$ 11.842,70 Juta. Kemudian pada tahun 2018 angka neraca perdagangan kembali mengalami defisit dikarenakan dampak pandemi covid 19 yaitu sebesar US\$ -8.698,50 Juta, tahun 2019 sebesar US\$ -3.044,40 Juta, dan pada tahun 2020 juga masih turun hingga pada angka US\$ -8.083,90 Juta. Kemudian tahun 2021 nilai neraca perdagangan di Indonesia mengalami surplus yang sangat signifikan yaitu sebesar US\$ 35.419,50 Juta, pada tahun 2022 sebesar US\$ 54.457,20 Juta, dan pada tahun 2023 mencapai angka US\$ 36.911,50 Juta.

Kemudian untuk melihat persentase perkembangan neraca perdagangan di Indonesia periode tahun 2008 hingga 2023 dapat dilihat tabel dibawah ini :

**Tabel 5. 6 Perkembangan Nilai Neraca Perdagangan di Indonesia
(Tahun 2008-2023)**

Tahun	Neraca Perdagangan (Juta US\$)	Perkembangan (%)
2008	7.823,10	-
2009	19.680,80	151,57
2010	22.115,80	12,37
2011	26.060,90	17,84
2012	-1.670,70	-106,41
2013	-4.076,90	144,02
2014	-2.198,80	-46,07
2015	7.671,80	-448,91
2016	9.481,20	23,59
2017	11.842,70	24,91
2018	-8.698,50	-173,45
2019	-3.044,40	-65,00
2020	-8.083,90	165,53
2021	35.419,50	-538,15
2022	54.457,20	53,75
2023	36.911,50	-32,22

Sumber : Badan Pusat Statistik (Diolah di Excel)

Berdasarkan tabel 5.6, bahwa perkembangan neraca perdagangan Indonesia menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan selama periode ini. Pada awal tahun 2008 nilai neraca perdagangan sebesar US\$ 7.823,10 Juta diikuti dengan peningkatan tahun 2009 sebesar US\$ 19.680,80 Juta dengan perkembangan 151,57 persen. Kemudian neraca perdagangan menunjukkan angka yang positif dengan peningkatan sebesar US\$ 22.115,80 juta pada tahun 2010 menjadi US\$ 26.060,90 juta, dengan tingkat perkembangan yang meningkat juga sebesar 12,37 persen pada tahun 2010 dan 17,84 persen pada tahun 2011, dimana menandakan bahwa ekspor lebih besar daripada impor. Kemudian pada tahun 2012 neraca perdagangan mengalami penurunan drastis akibat krisis ekonomi yang melanda pada tahun tersebut hingga mencapai angka negatif sebesar US\$ -1.670,70 juta dengan tingkat perkembangan yang negatif juga sebesar -106,41 persen. Pada tahun 2013, angka neraca perdagangan masih mengalami defisit US\$ -4.076,90 juta dengan tingkat perkembangan sebesar 144,02 persen. Hal

tersebut menunjukkan bahwa impor jauh lebih besar daripada ekspor, sehingga mengakibatkan defisit perdagangan. Selanjutnya tahun 2014, defisit neraca perdagangan mulai menurun hingga mencapai angka US\$ -2.198,80 juta dengan penurunan persentase sebesar -46,07 persen. Namun pada tahun 2015 telah menunjukkan pemulihan neraca yang signifikan sebesar US\$ 7.671,80 juta, dengan tingkat perkembangan yang sangat tinggi sebesar -448,91 persen, artinya menunjukkan perubahan signifikan dari kondisi defisit ke surplus. Angka neraca tersebut tetap berada di kondisi surplus pada tahun 2016 dan tahun 2017 masing-masing sebesar US\$ 9.481,20 juta dan US\$ 11.842,70 juta, dengan tingkat pertumbuhan persentase sebesar 23,59 persen dan 24,91 persen. Selanjutnya pada tahun 2018 neraca perdagangan kembali mengalami defisit US\$ -8.698,50 juta, dengan penurunan drastis persentase perkembangan menjadi -173,45 persen. Dan tahun 2019 mengalami sedikit perbaikan defisit yang lebih rendah yaitu US\$ -3.044,40 juta dengan penurunan perkembangan -65 persen. Begitu juga dengan tahun 2020, defisit kembali meningkat menjadi US\$ -8.083,90 juta dengan perkembangan persentase negatif sebesar 165,53 persen. Selanjutnya pada tahun 2021 angka neraca perdagangan melonjak fantastis menjadi surplus besar sebesar US\$ 35.419,50 juta dengan tingkat perkembangan yang tinggi hingga -538,15 persen. Dilanjutkan dengan surplus yang lebih tinggi dari sebelumnya sebesar US\$ 54.457,20 juta pada tahun 2022, dengan tingkat perkembangan menjadi 53,75 persen. Kemudian pada tahun 2023, terlihat ada penurunan dari tahun sebelumnya namun neraca perdagangan tetap positif sebesar US\$ 36.911,50 juta, dengan persentase perkembangan juga menurun sebesar -32,22 persen, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya penurunan dalam kinerja perdagangan, meskipun masih dalam zona positif.

5.2 Analisis Pengaruh Transaksi *E-Commerce* dan Pengguna Internet Terhadap Neraca Perdagangan

5.2.1 Hasil Perhitungan Regresi

Untuk melihat bagaimana pengaruh nilai transaksi *e-commerce* dan pengguna internet terhadap neraca perdagangan di Indonesia, maka peneliti menggunakan alat analisis linier berganda. Dengan menggunakan model *OLS* (*Ordinary Least Square*) maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

Tabel 5. 7 Hasil Analisis Regresi

Dependent Variable: Y				
Method: Least Squares				
Date: 10/02/24 Time: 13:50				
Sample: 2008 2023				
Included observations: 16				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	24358.05	6503.392	3.745438	0.0024
X1	172.4058	32.54527	5.297414	0.0001
X2	-279.9503	78.78364	-3.553406	0.0035
R-squared	0.721150	Mean dependent var	14537.93	
Adjusted R-squared	0.678250	S.D. dependent var	17653.75	
S.E. of regression	10013.73	Akaike info criterion	21.42866	
Sum squared resid	1.30E+09	Schwarz criterion	21.57352	
Log likelihood	-168.4293	Hannan-Quinn criter.	21.43608	
F-statistic	16.81004	Durbin-Watson stat	1.801346	
Prob(F-statistic)	0.000248			

Sumber : *E-Views 9* (2024) (Data Diolah)

Berdasarkan hasil estimasi output dari regresi linier berganda dapat ditulis persamaan antara Neraca Perdagangan (Y), Transaksi *E-commerce* (X_1), dan Pengguna Internet (X_2) selama periode tahun 2008-2023 sebagai berikut :

$$Y = 24358.05 + 172.4058X_1 - 279.9503X_2 + e$$

Berdasarkan hasil output persamaan regresi berganda di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Diketahui nilai konstanta pada persamaan regresi tersebut adalah sebesar 24358.05, yang artinya apabila variabel transaksi *e-commerce* dan variabel pengguna internet bernilai atau sama dengan nol maka neraca perdagangan tetap bernilai sebesar US\$ 24358.05 Juta.
- b. Nilai koefisien regresi pada variabel transaksi *e-commerce* sebesar 172.4058, yang artinya apabila transaksi *E-commerce* meningkat sebesar satu Triliun Rupiah maka Neraca Perdagangan akan meningkat sebesar 172.4058 Juta US\$.
- c. Nilai koefisien regresi pada variabel pengguna internet sebesar -279.9503, yang artinya apabila Pengguna Internet meningkat sebesar satu Juta Jiwa pengguna maka Neraca Perdagangan akan menurun sebesar -279.9503 Juta US\$.

5.2.2 Uji Parameter Statistik

a. Hasil Uji t (Pengujian Secara Parsial)

Uji t statistik merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi antar variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada tabel 5.7 maka diketahui bahwa :

1. Diketahui bahwa nilai t statistik variabel transaksi *e-commerce* (X_1) yaitu sebesar 5.297414 dengan nilai probabilita $0.0001 <$ lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel transaksi *e-commerce* berdampak positif dan berpengaruh signifikan terhadap neraca perdagangan Indonesia.
2. Diketahui bahwa nilai t statistik variabel pengguna internet (X_2) yaitu sebesar -3.553406 dengan nilai probabilita $0.0035 <$ lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengguna

internet berdampak negatif, namun berpengaruh signifikan terhadap neraca perdagangan Indonesia.

b. Hasil Uji F (Pengujian Secara Bersama-sama)

Uji F statistik merupakan pengujian yang dilakukan secara simultan terhadap koefisien regresi. Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang ada dalam model regresi secara bersama-sama (*simultan*) terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada tabel 5.7 diketahui bahwa nilai f statistik sebesar 16.81004 dengan Prob (*F-statistic*) sebesar 0.000248 atau lebih kecil dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ ($0.000248 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel *e-commerce* (X_1) dan pengguna internet (X_2) berpengaruh signifikan terhadap neraca perdagangan (Y) di Indonesia.

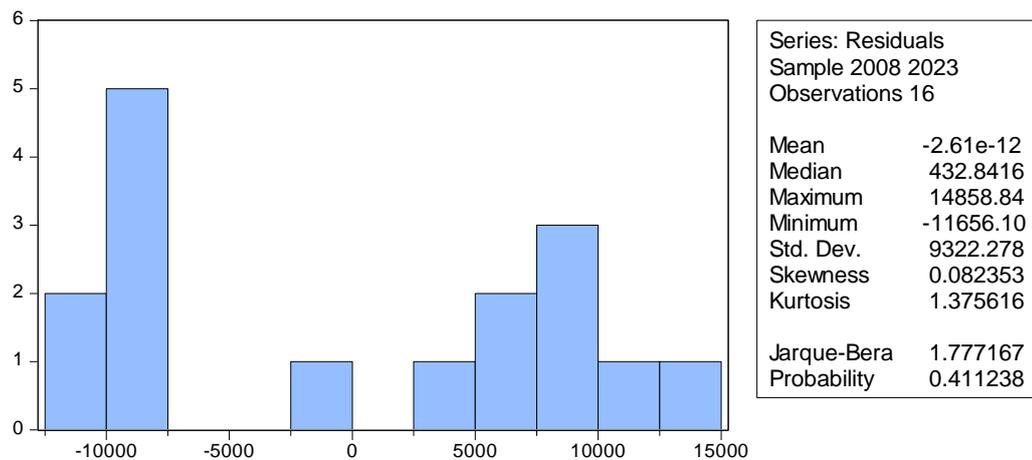
5.2.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil regresi linier berganda yang terlihat pada tabel 5.7, bahwa diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjust R-Square*) sebesar 0.678250. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel *e-commerce* (X_1) dan pengguna internet (X_2) terhadap neraca perdagangan (Y) sebesar 67,8 persen, sedangkan 32,2 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

5.2.4 Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas dilakukan yaitu untuk melihat apakah data yang digunakan dalam penelitian ini sudah berdistribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan uji *Jarque-Bera* untuk menentukan distribusi residu berdistribusi normal, apabila nilai probabilitas JB hitung $> 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, dan sebaliknya apabila JB hitung $< 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal. Berikut gambar hasil uji normalitas yang telah dilakukan dengan menggunakan software *E-views* :



Gambar 9. Hasil Uji Normalitas

Sumber : *E-views* (Diolah)

Berdasarkan gambar hasil uji normalitas, menunjukkan bahwa nilai probabilitas menggunakan uji *Jarque-Bera* sebesar 1,777167 dengan p value sebesar 0,411238 > 0,05 yang artinya bahwa data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Dalam uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Dalam model regresi yang baik harusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila nilai VIF < 10, maka dikatakan bebas dari masalah multikolinearitas, dan sebaliknya. Dibawah ini hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan model regresi *E-views* :

Tabel 5. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors			
Date: 10/02/24 Time: 14:03			
Sample: 2008 2023			
Included observations: 16			
Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	42294111	6.748509	NA
X1	1059.194	7.899326	4.473761
X2	6206.863	19.39753	4.473761

Sumber : E-views (2024), Data Diolah

Berdasarkan tabel 5.8 menunjukkan bahwa hasil model regresi uji multikolinearitas terdapat nilai VIF transaksi *e-commerce* (X1) sebesar 4.473761 < lebih kecil dari 10 dan nilai VIF pengguna internet (X2) sebesar 4.473761 < lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel tersebut tidak terkena masalah multikolinearitas dan lolos model regresi uji multikolinearitas.

c. Hasil Uji Autokorelasi

Dalam uji autokorelasi ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya kesalahan hubungan linier pada pengamatan data *time series*. Dengan menggunakan uji *Breusch-Godfrey* untuk mengetahui masalah autokorelasi, apabila probabilitas > 0,05, artinya bebas dari masalah autokorelasi. Berikut hasil uji autokorelasi :

Tabel 5. 9 Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:			
F-statistic	0.741610	Prob. F(2,11)	0.4987
Obs*R-squared	1.901074	Prob. Chi-Square(2)	0.3865

Sumber : E-views (2024), Data Diolah

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 5.9 terlihat bahwa nilai probabilita *chi-square* (2) sebesar 0.3865 > lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya masalah autokorelasi serial pada data tersebut.

d. Hasil Uji Heterokedastisitas

Dalam pengujian heterokedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik dalam model regresi. Dengan menggunakan metode uji *white* yang memiliki standar rehabilitas yaitu > 0,05 maka dikatakan tidak ada masalah heterokedastisitas. Berikut hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan model regresi :

Tabel 5. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	0.392998	Prob. F(5,10)	0.8428
Obs*R-squared	2.627651	Prob. Chi-Square(5)	0.7572
Scaled explained SS	0.325783	Prob. Chi-Square(5)	0.9971

Sumber : E-views (2024), Data Diolah

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 5.10 menunjukkan nilai probabilitas *chi-square* pada *Obs*R-squared* sebesar 0.7572 > lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bersifat homoskedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

5.3 Interpretasi Ekonomi

Analisis ekonomi yang dilakukan adalah bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara masing-masing variabel independen yaitu nilai transaksi *e-commerce* dan pengguna internet terhadap neraca perdagangan di Indonesia berdasarkan ilmu ekonomi.

5.3.1 Pengaruh E-commerce Terhadap Neraca Perdagangan di Indonesia

Berdasarkan hasil regresi berganda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa transaksi *e-commerce* berdampak positif dan berpengaruh signifikan terhadap neraca perdagangan di Indonesia. Hal tersebut disebabkan bahwa melalui platform *e-commerce* mampu mendorong peningkatan daya saing produk lokal, baik dari segi harga maupun inovasi, yang memungkinkan produk Indonesia bersaing di pasar internasional. Dengan semakin meningkatnya *e-commerce* akan membawa dampak positif dan signifikan pada neraca perdagangan di Indonesia. Sehingga hasil olahan data ini sesuai dengan hipotesis penelitian bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh positif terhadap neraca perdagangan di Indonesia.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori David Ricardo, 1817 yang menyatakan bahwa negara dapat melakukan transaksi ekspor dan impor dengan biaya yang relatif lebih rendah dan mengakses pasar internasional dengan efektif dalam meningkatkan surplus neraca perdagangan. Hasil penelitian ini juga hampir selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Terzi, 2011) yang menyatakan bahwa memiliki dampak yang positif terhadap neraca perdagangan, terutama dalam perdagangan jasa. Semakin tinggi penggunaan *e-commerce*, maka perdagangan lintas batas internasional dalam berbagai aktivitas ekonomi dan keuangan juga akan meningkat.

Adapun yang menjadi dampak negatif dalam perkembangan *e-commerce* ini dipicu oleh banyaknya barang impor yang masuk melalui platform *e-commerce*. Apabila konsumen lebih memilih produk luar negeri dan ketergantungan terhadap produk impor, hal ini akan memperburuk defisit perdagangan terutama dalam jangka pendek. Sehingga kebijakan dari pemerintah dapat memperketat regulasi dan memberlakukan tarif yang sesuai untuk mendorong konsumen lebih memilih

produk dalam negeri dalam mencegah impor yang berlebihan melalui *e-commerce*.

5.3.2 Pengaruh Pengguna Internet Terhadap Neraca Perdagangan

Berdasarkan hasil regresi berganda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel pengguna internet berpengaruh negatif dan signifikan terhadap neraca perdagangan Indonesia. Hal tersebut terjadi karena peningkatan akses internet yang menembus internasional, maka peningkatan konsumsi terhadap produk dari luar negeri juga akan meningkat sehingga akan mengakibatkan defisit perdagangan. Demikian juga pada penelitian (Nguyen Canh et al., 2019) menyatakan bahwa peningkatan penggunaan internet memiliki dampak negatif terhadap neraca perdagangan antar benua, namun signifikan dalam meningkatkan neraca perdagangan terutama pada aktivitas ekspor di negara-negara Africa.

Temuan ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Adiana, 2014) yang menyatakan bahwa angka korelasi antara pengguna internet dengan perdagangan internasional memiliki hubungan yang sangat kuat. Hubungan pengguna internet dengan perdagangan internasional di Indonesia berpengaruh signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pengguna internet maka akan diikuti dengan perkembangan interaksi yang dilakukan secara online. Hal ini juga dapat mendorong peningkatan neraca perdagangan yang dilakukan melalui *e-commerce* yang dilakukan oleh perusahaan, pemerintah, maupun masyarakat.

Adapun dampak negatif dalam perkembangan pengguna internet ini terhadap neraca perdagangan Indonesia yaitu ketergantungan produk impor. Dimana semakin meningkatnya infrastruktur internet akan memudahkan barang impor dari luar negeri yang berujung pada defisit perdagangan. Maka diperlukan strategi efektif untuk meningkatkan penguatan konsumsi dan produksi produk lokal supaya masyarakat digital lebih mengutamakan konsumsi dalam negeri untuk memperbaiki neraca perdagangan.

4.4 Implikasi Kebijakan

Berdasarkan pada penelitian ini, maka dibutuhkan suatu kebijakan untuk meningkatkan *e-commerce* dan mengatasi dampak pengguna internet terhadap neraca perdagangan di Indonesia.

1. Variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan dan positif terhadap neraca perdagangan. Artinya peningkatan *e-commerce* dapat meningkatkan perdagangan global di Indonesia. Sehingga diperlukan kebijakan pemerintah untuk mendorong pertumbuhan *e-commerce* dengan memperluas akses bagi pelaku UMKM ke pasar global. Hal ini akan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional, sehingga akan berpotensi meningkatkan ekspor menjadi lebih besar daripada impor dan berkontribusi surplus bagi neraca perdagangan. Pemerintah juga lebih meningkatkan produk lokal supaya masyarakat lebih memilih produk dalam negeri untuk mengurangi barang impor dari luar negeri.
2. Mengingat bahwa pengguna internet berdampak negatif namun berpengaruh signifikan terhadap neraca perdagangan, artinya meningkatnya jumlah pengguna internet dapat memudahkan akses ke platform *e-commerce* internasional, yang memungkinkan konsumen dalam negeri membeli produk impor dengan lebih mudah. Hal ini menyebabkan peningkatan volume impor dapat menyebabkan defisit perdagangan. Sehingga pemerintah dapat memperketat pengawasan terhadap barang-barang impor yang dijual melalui platform *e-commerce*. Misalnya, dengan memberlakukan tarif atau pajak tambahan untuk produk impor tertentu guna melindungi industri lokal.