

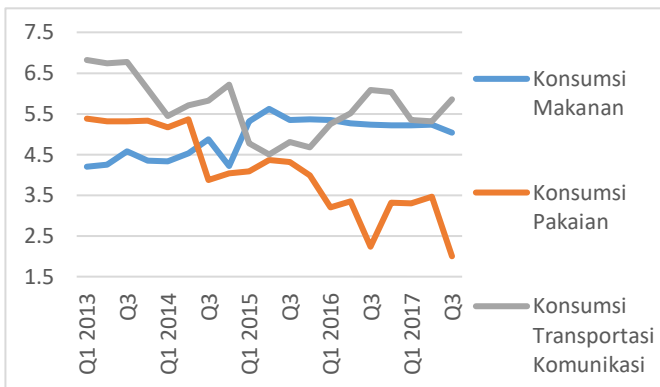
## Pengaruh Sektor E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi

*Bhima Yudhistira Adhinegara, Nailul Huda, Izzuddin Al-Farras Adha*

### Latar Belakang

Perubahan teknologi dalam kurun waktu 10 tahun terakhir semakin cepat. Hal ini kemudian berpengaruh terhadap struktur perekonomian Indonesia khususnya di sektor ritel. Sepanjang tahun 2017 beberapa toko ritel terpaksa harus ditutup karena terus merugi. Survei BCA di Jabodetabek tahun 2017 mengungkapkan bahwa sebagian besar toko elektronik mengalami penurunan omset tenant secara signifikan seperti terjadi di Glodok, Mangga Dua dan ITC Cempaka Mas dengan rata-rata turun lebih dari 25,3 persen dibanding tahun 2016. Padahal disatu sisi pertumbuhan ekonomi masih stabil diangka 5,07% pada tahun 2017.

### Gambar 1. Pertumbuhan Konsumsi Rumah Tangga per Jenis (% YoY)



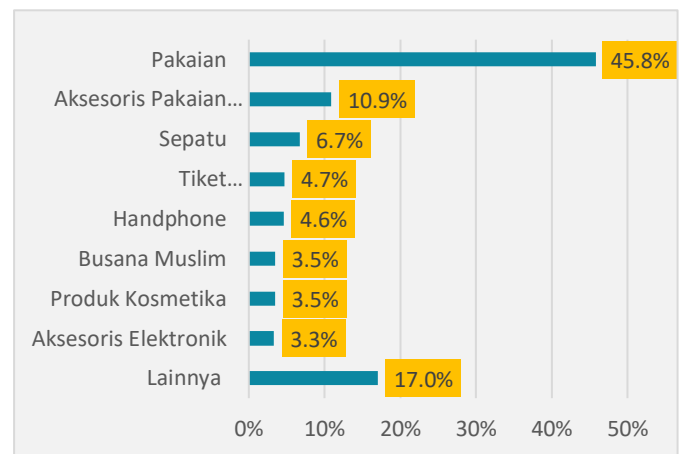
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) (2018)

Data BPS pun mengungkapkan bahwa konsumsi masyarakat yang turun dalam kurun waktu 4 tahun terakhir adalah konsumsi di sektor pakaian atau fashion dari 5,32 persen di triwulan III 2013 menjadi 2 persen di triwulan III 2017. Sementara untuk konsumsi makanan cenderung mengalami peningkatan. Disisi yang lain konsumsi transportasi dan komunikasi sepanjang 2016 tumbuh stabil bahkan sempat mencapai 6 persen. Disisi yang lain data eMarketer tahun 2017 mengungkap bahwa sebanyak 45,8% barang yang dijual di platform online adalah pakaian jadi. Melihat hal tersebut muncul analisis baru bahwa terjadinya penurunan penjualan konsumsi pakaian merupakan akibat dari pergeseran pola konsumsi akibat adanya e-commerce.

Perubahan teknologi dalam kurun waktu 10 tahun terakhir semakin cepat. Hal ini kemudian berpengaruh

terhadap struktur perekonomian Indonesia khususnya di sektor ritel. Sepanjang tahun 2017 beberapa toko ritel terpaksa harus ditutup karena terus merugi. Survei BCA di Jabodetabek tahun 2017 mengungkapkan bahwa sebagian besar toko elektronik mengalami penurunan omset tenant secara signifikan seperti terjadi di Glodok, Mangga Dua dan ITC Cempaka Mas dengan rata-rata turun lebih dari 25,3 persen dibanding tahun 2016. Padahal disatu sisi pertumbuhan ekonomi masih stabil diangka 5,07% pada tahun 2017.

### Gambar 2. Porsi Barang yang Dijual dalam Platform e-commerce



Sumber: eMarketer 2017

Selain perubahan pola konsumsi masyarakat, efek adanya e-commerce juga berpengaruh pada struktur tenaga kerja, potensi penerimaan pajak dan *multiplier effect* terhadap industri nasional. Data Nielsen di tahun 2016 mengungkapkan bahwa porsi e-commerce masih dibawah 1% terhadap total retail nasional. Angka ini masih berada dibawah Amerika Serikat dan China yang masing-masing sebesar 8% dan 9% dari total retail. Meskipun porsi e-commerce di Indonesia masih kecil namun dampak yang dirasakan sudah cukup besar.

Melihat adanya perubahan pola konsumsi yang berpengaruh pada sektor ritel dan dampak yang ditimbulkan dari fenomena ritel online terhadap perekonomian, maka INDEF berniat melakukan sebuah kajian atau penelitian yang berkaitan dengan potensi ritel online di Indonesia serta dampaknya terhadap output perekonomian nasional.

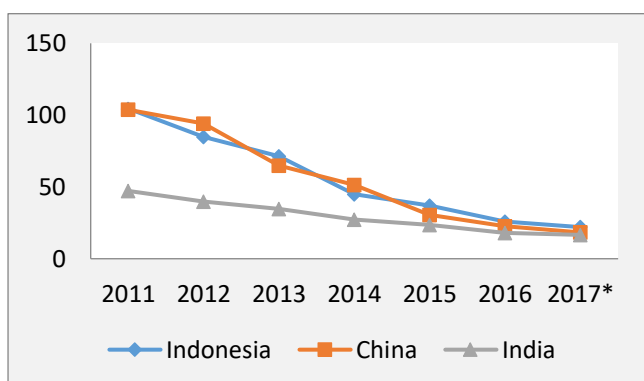
Tujuan kajian prospek ritel online terhadap perekonomian Indonesia secara umum adalah melakukan analisis dampak fenomena bisnis e-commerce terhadap perekonomian Indonesia. Adapun tujuan dari penelitian ini secara spesifik adalah:

- Melakukan analisis perubahan landscape bisnis di sektor ritel serta faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tren shifting dari ritel konvensional ke ritel online (e-commerce).
- Melakukan analisis secara empiris dampak e-commerce terhadap output perekonomian Indonesia.
- Memberikan rekomendasi bagi para stakeholder khususnya Pemerintah agar pertumbuhan e-commerce dapat meningkat signifikan dan memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional.

### Perkembangan Online Market di Indonesia

Perkembangan transaksi daring di Indonesia meningkat sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. DataStatistik memperkirakan bahwa total nilai transaksi daring di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 1 hingga 2 miliar US\$. Saat ini, angka tersebut pasti jauh lebih besar mengingat pesatnya peningkatan pasar transaksi daring seperti yang dapat terlihat dalam data-data berikut. Rata-rata penjualan *E-commerce* per *Digital Buyer* pada tahun 2011 adalah 282 US\$ dan pada tahun 2016 sudah mencapai 516 US\$. Bahkan, bila dibandingkan dengan India sebagai negara yang juga mengalami perkembangan pesat dalam transaksi daring, rata-rata penjualan *E-commerce* per *Digital Buyer* India pada tahun 2011 adalah 597 US\$ dan pada tahun 2016 menjadi 724 US\$. Pertumbuhan penjualan *Business to Consumers* dalam *E-commerce* juga berada di atas India sekaligus China pada tahun 2016. Indonesia mencatatkan angka pertumbuhan sebesar 22%. Sementara India dan China menorehkan pertumbuhan masing-masing sebesar 18,3% dan 16,6%. Dengan demikian, perkembangan pesat transaksi daring di Indonesia harus dianggap sebagai potensi dan peluang untuk mendorong para pelaku usaha dalam negeri agar melakukan transformasi digital sehingga mampu bersaing dengan negara-negara lainnya.

**Gambar 3. Pertumbuhan Penjualan B2C E-Commerce (% YoY)**



Sumber : statista.com

Perkembangan transaksi daring selama ini dan dalam beberapa tahun mendatang didukung oleh beberapa hal. Diantaranya adalah terkait dengan besarnya penggunaan telepon pintar (*smartphone*) oleh masyarakat Indonesia. Pada tahun 2017, menurut Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia (APJII), jumlah kepemilikan *smartphone*/tablet di Indonesia mencapai lebih dari 130 juta orang. Artinya, sekitar 1 dari 2 orang Indonesia memiliki *smartphone*/tablet dalam genggamannya. Kepemilikan telepon pintar yang besar juga berkaitan dengan besarnya penetrasi internet di Indonesia, yakni lebih dari 143 juta orang pada tahun 2017. Angka ini meningkat sekitar 11 juta orang dalam satu tahun, yakni tahun 2016, yang berjumlah 132 juta orang. Penetrasi internet yang sangat signifikan ini mendukung para pedagang daring melakukan transaksi dan melakukan ekspansi usahanya ke pasar yang lebih besar. Terbukti, menurut ATKearney, telepon genggam adalah alat yang cenderung lebih banyak digunakan untuk berjualan secara *online* di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia sebesar 83%.

Pemanfaatan potensi yang sangat besar seperti yang disebutkan diatas adalah dengan melakukan transformasi digital industri yang bergerak secara *offline* menuju *online*. Menurut survei yang diselenggarakan oleh Indonesia Data Coporation dan Telkomtelstra, 4 sektor bisnis yang bertransformasi digital karena masifnya permintaan konsumen adalah sektor perbankan, asuransi, retail, dan transportasi. Poinnya adalah bahwa transformasi digital yang sedang berlangsung saat ini banyak didorong oleh adanya perubahan permintaan dari konsumen yang sangat besar tanpa menampik faktor-faktor lainnya.

### Metodologi Penelitian

#### Forecasting Study

Dalam policy brief ini dilakukan pembuatan prediksi kondisi dari bisnis e-commerce untuk 5 tahun ke depan. Dengan menggunakan data transaksi e-commerce, kajian ini akan membuat prediksi tentang market share, penjualan, dan pertumbuhan penjualan dalam 5 tahun ke depan. Selain itu, kajian ini juga akan membandingkan prediksi yang sudah dibuat oleh lembaga lain. Data e-commerce sendiri didapat dari kajian dari statista.com.

#### Analisis I-O

Penggunaan Analisis Input-Output dalam kajian ini untuk mengetahui seberapa besar manfaat investasi yang masuk dalam bidang e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dan sektoral. Data I-O yang digunakan adalah data I-O tahun 2010 karena belum ada perubahan struktur perekonomian dalam waktu 2010 hingga 2017. Sedangkan data investasi yang digunakan adalah data dari penyajian berita yang diambil dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM).

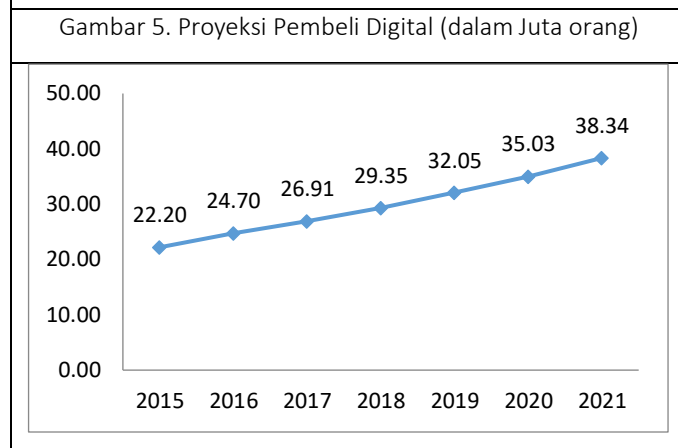
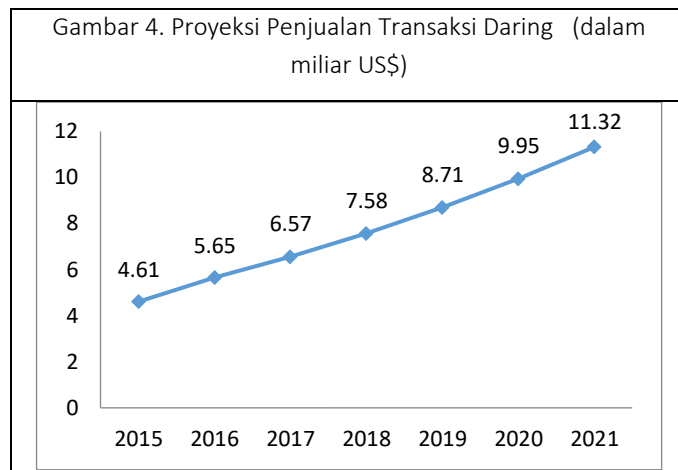
Kajian ini menggunakan 17 sektor ekonomi untuk melihat sektor ekonomi mana saja yang mempunyai dampak signifikan terhadap investasi e-commerce. Ketujuh belas sektor tersebut adalah :

Tabel 1. Klasifikasi 17 Sektor Input-Output 2010

Kode 17	Deskripsi
1	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan
2	Pertambangan dan Penggalian
3	Industri Pengolahan
4	Pengadaan Listrik, Gas
5	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang
6	Konstruksi
7	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor
8	Transportasi dan Pergudangan
9	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum
10	Informasi dan Komunikasi
11	Jasa Keuangan dan Asuransi
12	Jasa Real Estate
13	Jasa Perusahaan
14	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib
15	Jasa Pendidikan
16	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial
17	Jasa lainnya

### Pembahasan

Proyeksi yang INDEF lakukan terhadap *Digital Buyer* an penjualan transaksi daring di Indonesia menyimpulkan bahwa potensi transaksi daring di Indonesia masih sangat menggiurkan, setidaknya sampai tahun 2021. Jumlah pembeli daring diperkirakan meningkat hampir dua kali lipat dibanding tahun 2015, yakni sebesar 22,2 juta pembeli menjadi 38,34 juta pembeli daring pada tahun 2021. Bahkan, INDEF juga memprediksi bahwa nilai dari penjualan transaksi daring pada tahun 2021 meningkat sekitar 300 persen dibandingkan tahun 2015, yaitu 4,61 miliar US\$ menjadi 11,32 miliar US\$ pada tahun 2021. Artinya, pasar transaksi daring di Indonesia masih sangat potensial menjanjikan keuntungan yang besar dalam beberapa tahun mendatang.



Sumber : statista.com, diolah INDEF, 2018

### Pengaruh Investasi di E-commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Analisis I-O dalam kajian ini menggunakan shock sebesar USD 4,8 miliar pada tahun 2017. Angka tersebut merupakan total investasi yang didapatkan perusahaan-perusahaan e-commerce. Dikalikan dengan rata-rata nilai tukar rupiah tahun 2017 sebesar Rp.13.555, total investasi yang didapatkan sebesar Rp.65.064 miliar. Angka tersebut di-shock ke sektor Informasi dan Komunikasi.

Hasil yang diperoleh adalah pertumbuhan ekonomi tumbuh sebesar 0,712 persen dengan adanya tambahan investasi di sektor e-commerce. Secara sektoral, tambahan investasi di sektor informasi dan komunikasi paling berpengaruh terhadap sektor informasi dan komunikasi (pertumbuhan sebesar 18,88 persen), pengadaan air, pengelolaan sampah, limbah, dan daur ulang (3,29 persen), dan jasa perusahaan (2,05 persen).

Sedangkan dampak ke perdagangan belum terlalu besar, hanya sebesar 0,05 persen. Hal ini disebabkan oleh masih kecilnya porsi e-commerce terhadap total perdagangan. Pada tahun 2016, porsi perdagangan online menyumbang tidak lebih dari 1 persen terhadap total ritel (survei AC Nielsen, 2017). Begitupun dengan sektor industri pengolahan yang tidak terlalu berdampak signifikan dari adanya investasi di e-commerce. Hal ini bisa dijadikan indikasi awal dari belum banyaknya e-commerce yang menyerap produk-produk dalam negeri.

Tabel 2. Pertumbuhan Hasil Olahan Analisis Input-Output

Sektor Ekonomi	Persen
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	0.035
Pertambangan dan Penggalian	0.045
Industri Pengolahan	0.017
Pengadaan Listrik, Gas	0.549
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	3.284
Konstruksi	0.021
Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	0.048
Transportasi dan Pergudangan	0.200
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	0.094
Informasi dan Komunikasi	18.878
Jasa Keuangan dan Asuransi	0.665
Jasa Real Estate	0.268
Jasa Perusahaan	2.048
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	0.424
Jasa Pendidikan	0.044
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	0.089
Jasa lainnya	0.275
<b>PDB Nasional</b>	<b>0.712</b>

### Rekomendasi

Kesimpulan dari kajian ini adalah, penjualan e-commerce di Indonesia masih berpeluang besar untuk tumbuh hingga 300 persen pada tahun 2021. Investasi di sektor e-commerce sebesar USD 4,8 miliar pada tahun 2017, memberikan manfaat pertumbuhan output sebesar 0.712 persen. Rekomendasi untuk instansi pemerintah adalah :

Tabel 3. Rekomendasi Kebijakan Pengembangan E-Commerce

Kementerian / Lembaga	Rekomendasi Kebijakan
Kementerian Koordinator Perekonomian	Mengimplementasikan roadmap e-commerce sesuai Perpres No.74 Tahun 2017
Bank Indonesia	Mempermudah peraturan yang mendukung pembayaran lewat e-payment
Kementerian Perdagangan	Menyederhanakan sistem distribusi dan logistik nasional
Kementerian Komunikasi dan Informasi	Mendorong adanya pusat pengembangan bisnis online Meningkatkan akses internet Meningkatkan keamanan akses internet

Kementerian Keuangan	Membuat peraturan perpajakan yang sesuai dengan kondisi pelaku usaha e-commerce
Kementerian Ketenagakerjaan	Membuat <i>roadmap</i> mengenai perpindahan permintaan tenaga kerja,
Kementerian Industri	Mendorong industri mikro, kecil, dan menengah untuk ikut terlibat aktif dalam e-commerce

### Daftar Pustaka

- AT Kearney. Lifting the Barriers to E-Commerce in ASEAN. CIMB ASEAN Research Institute.
- AT Kearney. 2017. The 2017 Global Retail Development Index : The Age of Focus.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2017. Survei APJII 2017 : Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Pertumbuhan Ekonomi berdasarkan Pengeluaran. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2018. Tabel Input-Output Indonesia 2010. Jakarta
- eMarketer. 2018. Retail Ecommerce Sales in Southeast ASIA.
- <https://www.statista.com/outlook/243/120/ecommerce/indonesia>