

TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN *E-COMMERCE* DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

Oleh:

Melisa Trinanda Faisal¹

Muhammad Iqbal Fasa²

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Alamat: JL. Letnan Kolonel, H. Endro Suratmin, Sukarame, Kec. Sukarame, Kota

Bandar Lampung, Lampung (35131).

Korespondensi Penulis: melisatrinanda20@gmail.com, miqbalfasa@radenintan.ac.id.

Abstract. *This research examines the role of e-commerce in driving digital economic growth in Indonesia. Digital transformation has fundamentally changed Indonesia's economic landscape, with e-commerce being one of its main drivers. Using a qualitative approach based on a literature study, this research analyzes how the development of information and communication technology has facilitated the growth of e-commerce platforms and created a dynamic digital economy ecosystem. Data shows that Indonesia will have 212.9 million internet users (77% of the population) by early 2023, with e-commerce platforms such as Shopee, Tokopedia, and Lazada leading the market. E-commerce provides various benefits to businesses, including global market access, reduced operational costs, and encouragement of product innovation. Furthermore, e-commerce facilitates supply chain integration and cross-border business collaboration. Projections show that by 2025, Indonesia's digital economy will create 3.7 million new jobs and increase SME revenues by 80 percent. The research concludes that e-commerce plays a strategic role in Indonesia's digital transformation, with significant potential to drive inclusive economic growth in the digital age.*

Keywords: *Role, Digital Transformation, E-Commerce, Digital Economy.*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji peran *e-commerce* dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. Transformasi digital telah mengubah secara fundamental

Received March 28, 2025; Revised April 07, 2025; April 12, 2025

*Corresponding author: melisatrinanda20@gmail.com

TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN *E-COMMERCE* DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

lanskap perekonomian Indonesia, dengan *e-commerce* menjadi salah satu pendorong utamanya. Menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, penelitian ini menganalisis bagaimana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memfasilitasi pertumbuhan *platform e-commerce* dan menciptakan ekosistem ekonomi digital yang dinamis. Data menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 212,9 juta pengguna internet (77% dari populasi) pada awal 2023, dengan *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada memimpin pasar. *E-commerce* memberikan berbagai keuntungan bagi pelaku usaha, termasuk akses pasar global, pengurangan biaya operasional, dan dorongan inovasi produk. Lebih jauh lagi, *e-commerce* memfasilitasi integrasi rantai pasok dan kolaborasi bisnis lintas batas. Proyeksi menunjukkan bahwa pada tahun 2025, ekonomi digital Indonesia akan menciptakan 3,7 juta lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan UKM hingga 80 persen. Penelitian ini menyimpulkan bahwa *e-commerce* memainkan peran strategis dalam transformasi digital Indonesia, dengan potensi signifikan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif di era digital.

Kata Kunci: Peran, Transformasi Digital, *E-Commerce*, Ekonomi Digital.

LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi bangsa dan negara yang maju. Sumber daya alam, posisi geografis, dan berbagai potensi lainnya yang dimiliki dapat menjadi ancaman maupun keuntungan bagi negara. Oleh karena itu, pengelolaan yang baik terhadap potensi tersebut sangat penting agar dapat memberikan manfaat bagi bangsa Indonesia. Dalam menghadapi persaingan ekonomi global di era Industri 4.0, Indonesia perlu mempertahankan sumber daya dan mengembangkan perekonomiannya secara efektif. Era ini menuntut adanya digitalisasi di berbagai sektor, yang merupakan salah satu ciri perubahan lingkungan dalam globalisasi, ditandai dengan kemajuan teknologi dan informasi serta semakin samar batas-batas antarnegara. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin cepat, transformasi ekonomi digital telah menjadi fenomena global dalam beberapa tahun terakhir. Ekonomi digital merupakan sebuah konsep ekonomi modern yang mengintegrasikan layanan dan teknologi berbasis internet

ke dalam berbagai model bisnis dan komoditas. Konsep ini mencakup penggunaan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi.¹

Di era digital, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk sektor perdagangan global. Akses internet yang semakin canggih dan terjangkau telah memudahkan perolehan informasi dan memperlancar transaksi perdagangan antarnegara.² Era digital telah memunculkan beragam inovasi dalam bidang perdagangan yang mengubah pola interaksi perusahaan dengan konsumen dan mitra bisnisnya. Inovasi ini terwujud dalam sistem teknologi yang dikenal sebagai *e-commerce*.³ *E-commerce* telah mengubah secara fundamental cara perusahaan dan konsumen melakukan aktivitas perdagangan. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, sejalan dengan meningkatnya penetrasi internet. Data awal tahun 2023 mengungkapkan bahwa Indonesia memiliki 212,9 juta pengguna internet, yang berarti terjadi peningkatan sebanyak 3,85 persen dibanding dengan tahun sebelumnya. Dari total penduduk Indonesia sebanyak 278,69 juta jiwa, persentase pengguna internet telah mencapai 77 persen. Ketersediaan layanan internet telah membuka peluang yang luas bagi perkembangan transaksi ekonomi digital. Teknologi ini tidak hanya menjadi sarana transaksi, tetapi juga menyediakan platform komunikasi yang efisien dan mudah diakses oleh masyarakat luas.

Pertumbuhan pengguna internet memiliki dampak signifikan terhadap adopsi platform digital, khususnya *e-commerce* serta *social media*. Terdapat data di Badan Pusat Statistik mengungkapkan tren menarik dalam praktik penjualan online di Indonesia: Platform komunikasi seperti *WhatsApp*, *Line*, dan *Telegram* menjadi saluran utama bagi 95,17 persen pelaku *e-commerce* untuk melakukan penjualan. Media sosial seperti *Facebook*, *TikTok*, *YouTube*, dan *Instagram* dimanfaatkan oleh 41,3 persen *e-commerce* untuk memasarkan produk. Sementara itu, marketplace seperti *Shopee*, *Tokopedia*, dan *Lazada* digunakan oleh 19,75 persen *e-commerce* lokal.⁴

¹ Shinta Maharani and Miftahul Ulum, "Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia," *Conference on Islamic Studies (CoIS)* (2019): 1–11.

² Rinandita Wikansari Florentya Syifa Hilwah Tamam, Triliunna Meiriska Sari Putra, "Peran E-Commerce Dalam Transformasi Ekspor Impor Di Era Digital" 1, no. 7 (2024): 1332–1340.

³ Sanobar Fatima Sharma Rahul, Shramishtha Srivastva, "E-Commerce and Digital Transformation: Trends, Challenges, and Implications," *International Journal For Multidisciplinary Research* 5, no. 5 (2023): 1–9.

⁴ Badan Pusat Statistik (BPS), *Statistik E-Commerce 2022-2023* (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2023).

TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN *E-COMMERCE* DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

Peran *e-commerce* tidak terbatas pada transaksi jual-beli produk, melainkan telah merambah ke berbagai layanan seperti jasa pengiriman dan telekomunikasi. Kompleksitas ini mendorong kebutuhan akan transformasi digital yang komprehensif. Transformasi digital telah melahirkan paradigma baru dalam pembangunan ekonomi, dengan pengetahuan sebagai fokus utama. Era digital menghasilkan pendekatan inovatif yang mengubah cara tradisional dalam berinteraksi dan berbisnis. Revolusi digital telah membawa perubahan fundamental dalam lanskap ekonomi modern. Era digital memberikan dampak transformatif yang sangat signifikan terhadap struktur dan dinamika perekonomian.⁵

Kemajuan teknologi informasi telah memicu transformasi digital yang masif, mengubah cara tradisional berbisnis. Salah satu manifestasi paling nyata dari perubahan ini adalah pertumbuhan eksponensial platform *e-commerce*. Menyoroti bagaimana perusahaan digital berkembang pesat, memperluas jangkauan bisnis melalui platform digital. Transformasi ini tidak sekadar mengubah saluran penjualan, melainkan mendefinisikan ulang model bisnis, strategi pemasaran, dan interaksi ekonomi secara keseluruhan, selain itu platform digital telah menjadi katalis utama dalam menciptakan ekosistem bisnis yang lebih dinamis, efisien, dan terkoneksi.⁶

KAJIAN TEORITIS

Pengertian Peran

Peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan seseorang. Seseorang dikatakan menjalankan peran ketika ia memenuhi hak dan kewajiban sesuai dengan posisinya. Konsep peran terdiri dari ekspektasi yang terkait dengan karakteristik perilaku tertentu yang seharusnya ditunjukkan oleh individu yang memiliki status atau posisi sosial tertentu dalam masyarakat. Setiap peran memiliki tanggung jawab dan tugas spesifik yang perlu dilaksanakan oleh pemegang peran tersebut. Pandangan lain dalam literatur sosiologi menyatakan bahwa peran adalah perilaku yang diharapkan muncul dari seseorang berdasarkan status sosial yang dimilikinya.⁷

⁵ Nina Rahayu, Ignatius Agus Supriyono, and Eki Mulyawan, "Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital," *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 4, no. 1 (2022): 92–95.

⁶ H. Munawarah, A., Janah, A. M., Oktarini, E.A., & Khatimah, "Peran Ekonomi Digital Bagi Perkembangan Pasar Modern Di Indonesia," *Jurnal Al-Aflah* 1 (2022).

⁷ Erlina Monica Zellin, "Peran Komunikasi Keluarga Dalam Membentuk Kepribadian Islami Remaja Di Desa Adipuro Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah," *IAIN Metro* (2022): 9.

Pengertian Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan implementasi teknologi digital terkini yang mampu mendorong kemajuan operasional dan penetrasi pasar, termasuk peningkatan *customer experience* dan *satisfaction*, efisiensi operasional, hingga penciptaan model bisnis inovatif. Pesatnya perkembangan teknologi digital di pasar telah memotivasi berbagai organisasi untuk mengadopsi transformasi digital dalam kegiatan bisnis mereka. Hal ini menjadi prioritas utama bagi jajaran eksekutif dan dipandang sebagai proses strategis yang mempertimbangkan kondisi saat ini serta prospek masa depan mengenai dampak teknologi digital terhadap model bisnis.⁸

Pengertian E-Commerce

Rahmati menegaskan bahwa *e-commerce* yaitu sistem pemasaran secara atau dengan media elektronik. Pada intinya, sistem ini memungkinkan transaksi produk dan jasa secara daring melalui berbagai jaringan komputer. Metode ini tidak sekadar mentransfer cara berbisnis konvensional ke ranah digital, melainkan menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih fleksibel, efisien, dan tanpa batasan geografis. Keunggulan utama sistem pemasaran elektronik terletak pada kemampuannya untuk menghubungkan penjual dan pembeli dalam ruang digital yang sama, memfasilitasi pertukaran barang dan jasa dengan cara yang lebih cepat, transparan, dan mudah diakses.⁹

Pengertian Ekonomi Digital

Munculnya inovasi teknologi dan digitalisasi ekonomi melalui media sosial ataupun *shopping application* mempengaruhi aktivitas ekonomi dan sosial di masyarakat. Ekonomi digital menggambarkan transformasi fundamental dalam cara manusia memenuhi kebutuhannya melalui teknologi digital. Konsep ini merepresentasikan sebuah paradigma baru di mana individu dapat mengakses berbagai barang dan layanan semata-mata melalui sentuhan jari di perangkat elektronik. Menekankan bagaimana teknologi digital telah merevolusi perilaku konsumen, menghadirkan kenyamanan dan aksesibilitas yang sebelumnya tidak terbayangkan. Dengan hanya menggunakan perangkat elektronik,

⁸ A. Feroz, A. K., Zo, H., Chiravuri, "Digital Transformation: A Review and Research Agenda," *European Management Journal* 41, no. 6 (2023): 821–844.

⁹ Edwin Agung Wibowo, "Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis," *Equilibria* 1, no. 1 (2016): 95–108.

TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN *E-COMMERCE* DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

seseorang dapat melakukan transaksi, memperoleh informasi, dan memenuhi beragam kebutuhan dalam hitungan detik.¹⁰

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data dilakukan melalui kajian pustaka. Kajian pustaka adalah metode pengumpulan data yang mencakup penelusuran, pembacaan, dan analisis bahan penelitian dari berbagai referensi termasuk jurnal ilmiah, esai, dan sumber-sumber akademik lainnya. Bahan literatur dikumpulkan menggunakan mesin pencari akademik, terutama Google Scholar. Dalam proses seleksi literatur, peneliti membatasi penggunaan sumber pada publikasi sepuluh tahun terakhir untuk menjamin kebaruan data dan kesesuaian informasi yang digunakan sebagai landasan pembahasan dalam artikel ini.¹¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep ekonomi digital awalnya dikemukakan oleh Tapscott yang mendefinisikannya sebagai fenomena sosial dengan implikasi pada sistem ekonomi. Tapscott mengonseptualisasikannya sebagai domain yang mencakup informasi, beragam jalur akses informasi, kemampuan pengelolaan informasi, dan pemrosesan informasi. Fondasi utama ekonomi digital terdiri dari industri teknologi informasi, transaksi perdagangan elektronik, serta pendistribusian produk dan layanan berbasis digital. Ekonomi digital merujuk pada sistem ekonomi yang bertumpu pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mampu melampaui hambatan geografis. Berbagai bentuk bisnis dalam ekosistem ekonomi digital mencakup pemasaran dan pengembangan *online* melalui *platform* aplikasi, *website*, *smartphone*, game digital, media pembelajaran digital, *marketplace* online, *e-commerce*, teknologi finansial (*fintech*), dan beragam sektor industri terkait lainnya. Kemajuan pesat di bidang teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia menunjukkan potensi bahwa sektor *e-commerce* dapat menjadi kekuatan ekonomi utama bagi bangsa di masa depan. Sektor UMKM telah menunjukkan ketahanannya bahkan di tengah situasi krisis ekonomi. Melihat potensi ini,

¹⁰ Anita Asnawi, "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 7, no. 1 (2022): 398.

¹¹ Liza Husnita Hildawati, Lalu Suhirman, BAyu Fitra Prisuna, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa Data Statistik* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

pemerintah memberikan dukungan terhadap prospek nilai komersial dari bisnis daring di Indonesia, dengan keyakinan bahwa sektor ini dapat berkembang menjadi kekuatan ekonomi alternatif yang signifikan untuk masa depan.¹²

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Google dan Temasek, peningkatan jumlah pengguna internet berkontribusi signifikan terhadap perkembangan internet dan ekonomi digital Indonesia. Riset dari McKinsey mengindikasikan bahwa perkembangan ekonomi digital Indonesia dipengaruhi oleh pasar *e-commerce* formal yang bernilai sekitar lima miliar dan pasar *e-commerce* informal yang nilainya melebihi tiga miliar. Indonesia dengan populasi sekitar 260 juta jiwa mencatat 30 juta pengguna *e-commerce* pada 2017.¹³ Prediksi hingga 2025 mengindikasikan bahwa sektor ekonomi digital Indonesia akan menciptakan 3,7 juta kesempatan kerja baru dan berpotensi meningkatkan penghasilan usaha kecil dan menengah hingga 80 persen. Perkembangan jumlah pengguna internet, industri telekomunikasi, dan penggunaan teknologi digital oleh UKM diproyeksikan mampu mendorong pertumbuhan Produk Domestik Bruto sebesar 2 persen per tahun.¹⁴ Kemajuan ekonomi digital di Indonesia membuka potensi bagi berbagai sektor ekonomi, terutama *e-commerce*. *E-commerce* menawarkan beberapa keuntungan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, yaitu sebagai berikut.¹⁵

1. Platform *e-commerce* memungkinkan pebisnis memperluas jangkauan pasar hingga skala global. Dengan demikian, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang sebelumnya sulit diakses, baik dalam negeri maupun luar negeri, sehingga berpotensi meningkatkan volume penjualan dan pendapatan.
2. Penerapan *e-commerce* mampu menurunkan biaya operasional yang umumnya dikeluarkan dalam bisnis tradisional, seperti pembayaran sewa tempat fisik, gaji karyawan, dan manajemen persediaan barang. Efisiensi biaya ini memungkinkan para pengusaha untuk menjual produk dengan harga lebih kompetitif, sehingga berpotensi meningkatkan kemampuan beli masyarakat dan mendorong kemajuan ekonomi secara umum.

¹² Imma Rokhmatul Aysa, "Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia," *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2021): 140–153.

¹³ Dears Shinta Lestari Hastin Umi Anisah, *Transformasi Di Era Revolusi Industri 4.0* (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2024).

¹⁴ Maharani and Ulum, "Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia."

¹⁵ Dian Sudiantini et al., "Transformasi Digital: Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital," *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen* 1, no. 3 (2023): 21–30.

TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN *E-COMMERCE* DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

3. *E-commerce* menjadi pendorong munculnya pembaruan dalam pengembangan produk dan jasa.

Data menggambarkan lima *platform e-commerce* dengan jumlah pengguna tertinggi di Indonesia. Shopee menempati posisi teratas dengan rata-rata 158 juta kunjungan bulanan, diikuti oleh Tokopedia dengan 117 juta kunjungan, Lazada dengan 83,2 juta, Blibli dengan 25,4 juta, dan Bukalapak dengan 18,1 juta kunjungan per bulan. Lima *platform e-commerce* berbasis data tersebut menunjukkan bahwa kekuatan korporasi di zaman kontemporer semakin berkembang melalui digitalisasi. Kesuksesan mereka bukan hanya bersandar pada pemahaman produk yang mendalam, tetapi juga kapasitas untuk menarik lebih banyak pengguna dari beragam *platform*, sehingga memperbesar basis pengguna dan membangun *brand awareness* dari berbagai dimensi.¹⁶ *E-commerce* membuka kesempatan besar bagi wirausahawan di industri kreatif, khususnya di bidang fashion dan perhiasan, untuk meningkatkan kemampuan bersaing melalui pemasaran digital dan koneksi langsung dengan konsumen internasional. *Platform e-commerce* juga memungkinkan para pelaku usaha menggunakan data dan analisis untuk memahami kecenderungan pasar dan preferensi konsumen di berbagai negara, sehingga strategi pemasaran dan penjualan dapat dijalankan dengan lebih efektif.

Melalui pemanfaatan teknologi ini, perusahaan tidak hanya mampu meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya transaksi, tetapi juga dapat beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan pasar, sehingga memperkuat posisi kompetitif mereka di pasar global. *E-commerce* menyediakan beragam instrumen yang memfasilitasi integrasi antara pemasok, produsen, dan distributor di seluruh dunia. Dengan teknologi digital, perusahaan dapat memantau pengiriman dan mengatur inventaris dengan lebih efisien. Digitalisasi telah menjadi faktor penggerak utama dalam peningkatan efisiensi operasional di berbagai sektor, termasuk perbankan dan perdagangan. Implementasi *e-commerce* dalam rantai pasok memungkinkan perusahaan tidak hanya mempercepat proses pengiriman dan meningkatkan transparansi operasional, tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis.¹⁷

¹⁶ Auelia Salsabila Putri and Roni Zakaria, "Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital," *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC*, no. November (2020): 1–14.

¹⁷ Florentya Syifa Hilwah Tamam, Triliunna Meiriska Sari Putria, "Peran E-Commerce Dalam Transformasi Ekspor Impor Di Era Digital."

Dengan mengadopsi teknologi digital, perusahaan dapat menciptakan sistem yang lebih terintegrasi dan responsif terhadap kebutuhan pasar global, yang pada akhirnya memperkuat daya saing mereka di era digital. *E-commerce* juga membuka kesempatan bagi kolaborasi bisnis yang lebih ekstensif di antara pelaku usaha pada skala global. Melalui platform *e-commerce*, perusahaan dapat mengidentifikasi mitra strategis dan membangun kerja sama dalam bidang pemasaran, distribusi, dan pengembangan produk. Peluang ini memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan cepat terhadap tuntutan pasar internasional. Kerja sama yang terjalin melalui *e-commerce* tidak hanya melancarkan pertukaran inovasi dan sumber daya, tetapi juga menghadirkan tantangan baru dalam peraturan hukum perdagangan internasional. Meski demikian, kolaborasi semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memantapkan posisi mereka dalam pasar global, mendorong pertumbuhan ekonomi digital, dan memperluas jangkauan ke pasar internasional. Dengan beradaptasi terhadap teknologi digital dan memahami regulasi yang terus berkembang, perusahaan dapat memanfaatkan kesempatan ini secara lebih optimal.¹⁸

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan kajian yang telah dijelaskan dalam jurnal ini, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi bisnis, khususnya melalui platform *e-commerce*, memegang fungsi krusial dalam memacu pertumbuhan sektor ekonomi digital di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi berbagai aspek kehidupan manusia, terutama dalam sektor perdagangan global, dengan *e-commerce* menjadi manifestasi utama dari transformasi tersebut. Indonesia menunjukkan potensi besar dalam ekonomi digital, ditandai dengan peningkatan jumlah pengguna internet yang mencapai 212,9 juta (77% dari total penduduk) pada awal tahun 2023, mengalami pertumbuhan 3,85% dibandingkan tahun sebelumnya. Platform *e-commerce* juga memfasilitasi kolaborasi bisnis yang lebih luas antara pelaku usaha di tingkat global, memungkinkan perusahaan untuk menemukan mitra strategis dan menjalin kerja sama dalam berbagai aspek. Meskipun terdapat tantangan dalam regulasi hukum perdagangan internasional,

¹⁸ Diana Setiawati et al., "Transformasi Teknologi Dalam Hukum Dagang Internasional : Regulasi Dan Penyelesaian Sengketa Di Era Digital," *Borobudur Law and ...* (2023): 220–231.

TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN *E-COMMERCE* DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

adopsi teknologi digital melalui *e-commerce* berpotensi memperkuat posisi perusahaan Indonesia dalam pasar global, mendorong pertumbuhan ekonomi digital, dan memperluas jangkauan pasar. Kesimpulannya, *e-commerce* merupakan komponen krusial dalam ekosistem ekonomi digital Indonesia yang berkembang pesat, memberikan berbagai manfaat dan menciptakan peluang pertumbuhan yang signifikan bagi pelaku usaha dari berbagai sektor.

Saran

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pemerintah memperkuat infrastruktur digital secara merata di seluruh wilayah Indonesia untuk mendukung pertumbuhan *e-commerce* dan mengurangi kesenjangan digital. Diperlukan juga peningkatan literasi digital bagi UMKM dan masyarakat luas serta penguatan regulasi terkait *e-commerce* dan perdagangan lintas batas. Kolaborasi antara pemerintah dan pelaku usaha dalam mengembangkan program pelatihan dan pendampingan bagi UMKM sangat penting untuk meningkatkan daya saing. Lembaga pendidikan tinggi dan pusat riset perlu meningkatkan penelitian di bidang ekonomi digital, sementara peningkatan keamanan siber dan perlindungan data konsumen diperlukan untuk membangun kepercayaan dalam ekosistem *e-commerce*. Pengembangan sistem pembayaran digital yang lebih inklusif dan terintegrasi juga akan mendukung transaksi *e-commerce* yang lebih lancar dan efisien, sehingga dapat memaksimalkan potensi ekonomi digital Indonesia di masa depan.

DAFTAR REFERENSI

- Asnawi, Anita. "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0." *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 7, no. 1 (2022): 398.
- Asnawi, Anita. "Kesiapan Indonesia Membangun Ekonomi Digital Di Era Revolusi Industri 4.0." *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 7, no. 1 (2022): 398.
- Aysa, Imma Rokhmatul. "Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia." *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2021): 140–153.
- Badan Pusat Statistik (BPS). *Statistik E-Commerce 2022-2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2023.

- Feroz, A. K., Zo, H., Chiravuri, A. "Digital Transformation: A Review and Research Agenda." *European Management Journal* 41, no. 6 (2023): 821–844.
- Florentya Syifa Hilwah Tamam, Triliunna Meiriska Sari Putria, Rinandita Wikansari. "Peran E-Commerce Dalam Transformasi Ekspor Impor Di Era Digital" 1, no. 7 (2024): 1332–1340.
- Hastin Umi Anisah, Deara Shinta Lestari. *Transformasi Di Era Revolusi Industri 4.0*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2024.
- Hildawati, Lalu Suhirman, Bayu Fitra Prisuna, Liza Husnita. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa Data Statistik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Maharani, Shinta, and Miftahul Ulum. "Ekonomi Digital: Peluang Dan Tantangan Masa Depan Terhadap Ekonomi Syariah Di Indonesia." *Conference on Islamic Studies (CoIS)* (2019): 1–11.
- Munawarah, A., Janah, A. M., Oktarini, E.A., & Khatimah, H. "Peran Ekonomi Digital Bagi Perkembangan Pasar Modern Di Indonesia." *Jurnal Al-Aflah* 1 (2022).
- Putri, Auelia Salsabila, and Roni Zakaria. "Analisis Pemetaan E-Commerce Terbesar Di Indonesia Berdasarkan Model Kekuatan Ekonomi Digital." *Seminar dan Konferensi Nasional IDEC*, no. November (2020): 1–14.
- Rahayu, Nina, Ignatius Agus Supriyono, and Eki Mulyawan. "Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital." *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 4, no. 1 (2022): 92–95.
- Setiawati, Diana, Ibrahim Sholahudin, Nur Isa Herda A, Harjuna Nurfattah, Arum Sari, and Sabrina Diyang A P. "Transformasi Teknologi Dalam Hukum Dagang Internasional : Regulasi Dan Penyelesaian Sengketa Di Era Digital." *Borobudur Law and ...* (2023): 220–231.
- Sharma Rahul, Shramishtha Srivastva, Sanobar Fatima. "E-Commerce and Digital Transformation: Trends, Challenges, and Implications." *International Journal For Multidisciplinary Research* 5, no. 5 (2023): 1–9.
- Sudiantini, Dian, Mayang Puspita Ayu, Muhammad Cheirnel All Shawirdra Aswan, Meyliana Alifah Prastuti, and Apriliya Melani. "Transformasi Digital : Dampak, Tantangan, Dan Peluang Untuk Pertumbuhan Ekonomi Digital." *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen* 1, no. 3 (2023): 21–30.

TRANSFORMASI DIGITAL: PERAN *E-COMMERCE* DALAM PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL DI INDONESIA

Wibowo, Edwin Agung. "Pemanfaatan Teknologi E-Commerce Dalam Proses Bisnis."

Equilibria 1, no. 1 (2016): 95–108.

Zellin, Erlina Monica. "Peran Komunikasi Keluarga Dalam Membentuk Kepribadian

Islami Remaja Di Desa Adipuro Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah." *IAIN*

Metro (2022): 9.