

**Pengaruh E-Commerce dan Perdagangan Internasional terhadap Pertumbuhan
Ekonomi Indonesia**

Alya Yasmin, Sitta Amalia

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan

Email : sittaamalia@mhs.unimed.ac.id, alyayasmin@mhs.unimed.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu indikator yang dapat digunakan oleh suatu negara untuk menilai dan mengevaluasi kondisi pembangunan ekonomi di dalam negaranya. E-Commerce memberikan peran bagi perdagangan Internasional dalam membangun perekonomian Indonesia. Keberadaan E-Commerce mendorong penerimaan negara dari sektor pajak pertambahan nilai (PPN) dan E-Commerce juga bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari sumber pustaka (bacaan) baik berupa buku-buku, hasil penelitian dan bacaan lainnya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya.

Kata Kunci : *E-Commerce*, Perdagangan Internasional, dan Pertumbuhan Ekonomi

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu indikator yang dapat digunakan oleh suatu negara untuk menilai dan mengevaluasi kondisi pembangunan ekonomi di dalam negaranya. Pertumbuhan ekonomi adalah proses perubahan kondisi perekonomian suatu negara secara berkesinambungan menuju keadaan yang lebih baik selama periode tertentu. Pertumbuhan

ekonomi dapat diartikan juga sebagai proses kenaikan kapasitas produksi suatu perekonomian yang diwujudkan dalam bentuk kenaikan pendapatan nasional (Patta Rapanna, 2017).

Perdagangan internasional dapat didefinisikan sebagai kegiatan memperdagangkan barang dan jasa yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain (Nababan, I.C.P, 2021). Perdagangan itu tidak hanya mencakup ekspor impor barang tetapi juga ekspor impor jasa serta perdagangan modal. Perdagangan internasional akan mempermudah suatu negara dalam memenuhi kebutuhannya. Karena dengan adanya perdagangan internasional maka produk-produk dalam negeri tidak hanya dipasarkan dalam negeri tetapi juga dipasarkan ke luar negeri hal ini menyebabkan pendapatan nasional suatu negara mengalami kenaikan.

Seiring dengan perkembangan zaman, mobilitas masyarakat akan mengikuti arus tersebut. Melalui perkembangan teknologi akan mempermudah masyarakat untuk saling terhubung tanpa harus bertatap muka secara langsung. Teknologi tersebut membuat penggunanya dapat dengan mudah mengakses informasi secara digital dan memanfaatkannya dalam berbagai kebutuhan seperti ber kirim pesan, membaca informasi yang diinginkan, berbagi informasi, memudahkan dalam hal pekerjaan maupun proses belajar mengajar, serta memudahkan untuk melakukan belanja online yang lebih dikenal dengan perdagangan elektronik atau *E-Commerce* (Wardhana, 2021).

E-Commerce secara bahasa berarti perdagangan elektronik. *E-Commerce* merupakan transaksi yang terjadi melalui internet, web ataupun perangkat seluler lainnya (Laudon dan Traver, 2013). *E-Commerce* juga mencakup berbagai jenis transaksi yang dilakukan secara online, termasuk diantaranya transaksi perbankan online, bisnis ritel secara online, transportasi online, juga berbelanja secara online. Jenis yang dilakukan dalam *E-Commerce* pun beragam mulai dari business-to-business (B2B) hingga consumer-to-business (C2B). (Sari, R. 2021)

Berkaitan dengan dinamika permasalahan tersebut e-commerce menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia. E-Commerce memberikan peran bagi perdagangan Internasional dalam membangun perekonomian Indonesia. Keberadaan E-Commerce mendorong penerimaan negara dari sektor pajak pertambahan nilai (PPN) dan E-Commerce juga bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini akan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. (Sudaryono, 2020).

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk membuat riset yang berjudul “Pengaruh *E-Commerce* dan Perdagangan Internasional terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia”.

KAJIAN TEORI

- **E-Commerce**

Bisnis elektronik (electronic business atau e-business) merupakan proses bisnis yang memanfaatkan penggunaan teknologi digital dan internet dalam operasional utamanya. E-Business meliputi aktivitas pengelolaan internal suatu perusahaan serta kegiatan koordinasi dengan supplier dan rekan bisnis lainnya. E-commerce (electronic commerce) adalah bagian dari e-business (electronic business) yang berhubungan dengan kegiatan jual-beli barang/jasa melalui Internet. E-commerce juga meliputi aktivitas yang mendukung transaksi tersebut, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman, dan pembayaran (Laudon & Traver, 2014).

Jenis-Jenis E-commerce Ada beberapa jenis transaksi di dalam e-commerce ini, antara lain bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, konsumen ke konsumen atau konsumen ke bisnis. Karena itu, istilah e-commerce dan e-business selalu dikaitkan.

1. E-Commerce Business to Business (B2B) Transaksi e-commerce ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan atau secara sederhana berlangganan. Contoh sederhana dari B2B ini yaitu produsen dan supplier yang saling bertransaksi secara online baik untuk konsultasi kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya.
2. E-commerce Business to Consumer (B2C) Business to consumer dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi e-commerce ini terjadi layaknya jual-beli biasa. Konsumen mendapatkan penawaran produk dan melakukan pembelian secara online.
3. E-commerce C2C (Konsumen Ke Konsumen) Untuk C2C, transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen. Kalau Anda sering menggunakan Tokopedia, Bukalapak, OLX dan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan B2C e-commerce. Transaksi jual beli dilakukan secara online melalui marketplace. Jadi C2C disini menjadi perantara antara penjual dan pembeli.
4. Consumer to Business (C2B) C2B adalah kebalikan B2C yang mana konsumen terakhir bertindak sebagai penjual dan perusahaan bertindak sebagai pembeli.
5. Media atau Aplikasi E-commerce Seperti yang dijelaskan dalam pengertian e-commerce diatas, transaksi bisnis ini bergantung pada sejumlah aplikasi dan media online.

(Sudaryono, dkk, 2020)

- **Perdagangan Internasional**

Pada proses awalnya perdagangan internasional merupakan pertukaran dalam arti perdagangan tenaga kerja dengan barang jasa lainnya, yang selanjutnya diikuti dengan perdagangan barang dan jasa sekarang (saat terjadinya transaksi) dengan kompensasi barang dan jasa di kemudian hari (Halwani, 2002:17). Akhirnya berkembang hingga pertukaran antarnegara/internasional dengan aset-aset yang mengandung risiko seperti saham, valuta asing, dan obligasi yang saling menguntungkan kedua belah pihak, bahkan semua negara yang terkait di dalamnya sehingga memungkinkan setiap negara melakukan diversifikasi atau penganeekaragaman kegiatan perdagangan yang dapat meningkatkan pendapatan mereka.

Perdagangan internasional merupakan suatu cara untuk meningkatkan kemakmuran suatu bangsa, antara lain karena hal-hal berikut (Minarsih, 2011:9(20)):

1. Tidak semua negara memiliki peralatan produksi ataupun kondisi ekonomi yang sama, kualitas (mutu) maupun kuantitas (jumlahnya)
2. Dari ketidaksamaan kondisi-kondisi tersebut, terjadilah perbedaan biaya-biaya produksi suatu barang antar negara yang satu dengan negara lain. Suatu negara mungkin lebih beruntung mengimpor suatu barang daripada menghasilkannya sendiri. Dengan adanya perdagangan, suatu negara dapat memperoleh sejumlah barang dengan harga yang lebih murah daripada bila menghasilkan sendiri di dalam negeri. Keuntungan lain yang timbul dari adanya perdagangan, suatu negara dapat menghindarkan diri dari jenis produksi suatu barang yang harga biayanya relatif tinggi karena kurangnya (scarce) faktor-faktor produksi yang diperlukan tersedia secara cukup, dan kemudian berdagang. Dengan timbulnya perdagangan, negara-negara yang bersangkutan akan saling dapat memperoleh sejumlah barang dengan total cost lebih rendah.

- **Pertumbuhan Ekonomi**

Peningkatan jangka panjang dalam meningkatkan kapasitas penyediaan barang-barang ekonomi untuk penduduknya oleh suatu negara disebut sebagai pertumbuhan ekonomi. Kenaikan kapasitas dapat terjadi jika ditunjang dengan menyesuaikan dengan kemajuan dalam hal teknologi, kelembagaan, dan ideologis terhadap berbagai tuntutan keadaan yang ada. Produk Domestik Bruto (PDB) atau Gross Domestic Product (GDP) merupakan variabel yang harus diperhatikan dalam mengukur pertumbuhan ekonomi. Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan total jumlah produksi suatu barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu negara atau wilayah dalam waktu tertentu.

- **Hubungan E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi**

E-commerce menjadi bukti terjadinya perkembangan teknologi dalam perekonomian dunia, yakni melalui pemanfaatan internet pada aktivitas produksi, sehingga dapat membawa

peningkatan produktivitas ekonomi negara yang menerapkannya. Pemanfaatan internet ini kemudian berimplikasi pada peningkatan arus penyebaran ide dan informasi yang mendorong tumbuhnya inovasi serta pelaku yang menyertainya (entrepreneur). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sumber pertumbuhan ekonomi dari penerapan e-commerce menjadi faktor pembawa ide dan inovasi bagi penggunanya yang mampu mengelola internet menjadi peluang untuk mendapat keuntungan.

Selain menciptakan lingkungan yang mendukung lahirnya inovasi-inovasi, e-commerce atau model bisnis berbasis internet dapat menstimulasi pertumbuhan entrepreneur melalui keunggulannya dalam menciptakan efisiensi dan insentif-insentif lainnya dalam bisnis, dijelaskan melalui ilustrasi-ilustrasi berikut. Contoh pertama, untuk memulai bisnis berbasis internet, pengusaha tidak mutlak perlu membangun atau menyewa gedung (toko) untuk menawarkan produknya kepada konsumen. Perusahaan cukup membuat sebuah website atau menawarkan produknya melalui platform marketplace seperti Shopee yang menghabiskan biaya jauh lebih rendah ketimbang harus mengeluarkan biaya sewa toko sehingga dapat menekan entry cost. Dari marketplace di Shopee bisa membuat produk atau mengirimkan produk ke luar negeri seperti negara Singapore, Philippines, Vietnamese dan lain-lain. Contoh kedua, untuk melakukan riset pasar, profil pelanggan dan pesaing, perusahaan tidak mutlak perlu melakukan survey secara konvensional karena informasi bisa didapat dengan mudah melalui search engine sehingga akan secara efektif menekan search cost. Contoh ketiga, penggunaan website seperti shopee untuk menampilkan sebuah katalog produk atau mempermudah serta mempercepat dalam proses bertransaksi melalui sistem pembayaran online (dompet digital) yang telah menjadi daya tarik di suatu perusahaan dengan lingkungan masyarakat yang saat ini mengarah pada gaya hidup instan, cepat maupun praktis. Contoh keempat, maraknya penggunaan pada sosial media yang telah mendukung perusahaan untuk memanfaatkan sebuah internet dalam proses berbisnis agar menjalankan kegiatan promosi dan pemasarannya tersebut dengan biaya yang rendah, serta dapat memicu jangkauan penyebaran informasinya yang lebih luas dibandingkan dengan promosi dan pemasaran suatu bisnis secara konvensional. Contoh kelima, internet dapat dijadikan media untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tidak terbatas pada teritorial tertentu, sehingga penawaran produk kepada pasar luar negeri menjadi lebih memungkinkan, dan juga bisa menarik pelanggan dari orang asing tersebut.

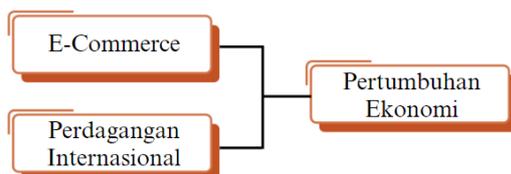
Kelly (1998) juga menjelaskan hubungan e-commerce dengan pertumbuhan ekonomi. Jika pada ekonomi konvensional orang berpikir dan bertindak untuk menyelesaikan masalah, maka di era baru ekonomi orang berpikir dan bertindak untuk menemukan peluang. Dengan

kata lain, inovasi memainkan peran penting. Selain inovasi, Kelly (1998) berpendapat bahwa nilai bukan bersumber dari sebuah benda atau komputer yang menjadi icon pada ekonomi digital, melainkan tercipta dari komunikasi yang terjalin antara komputer-komputer tersebut. Dengan demikian, penambahan nilai ekonomi terjadi hanya jika satu sama lain pengguna dalam sistem jaringan menjalin interaksi, sejalan dengan konsep ekonomi jaringan yang dikemukakan. Sejalan yang dikatakan oleh Economides (1996), sebuah jaringan dapat berdampak positif pada kenaikan nilai produksi dan konsumsi dari sebuah kegiatan ekonomi.

- **Hubungan Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi**

Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan (individu dengan individu), antara individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain. Di banyak negara, perdagangan internasional menjadi salah satu faktor utama untuk meningkatkan GDP. Perdagangan internasional pun turut mendorong industrialisasi, kemajuan transportasi, globalisasi dan kehadiran perusahaan multinasional. Perdagangan Internasional sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Jika suatu negara lebih banyak melakukan ekspor daripada impor maka pendapatan nasional negara tersebut akan naik sehingga nantinya berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Manfaat dari perdagangan internasional dapat berupa kenaikan pendapatan negara, cadangan devisa, transaksi modal dan bertambahnya kesempatan kerja. Salah satu indikator pertumbuhan ekonomi adalah dengan Produk Domestik Bruto (PDB). PDB merupakan indikator kesejahteraan perekonomian di suatu negara dan dapat menjadi rujukan untuk mengukur kesejahteraan masyarakat yang diukur dengan tingkat pendapatan (income). Maka semakin meningkat

KERANGKA BERPIKIR



METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari sumber pustaka (bacaan) baik berupa buku-buku, hasil penelitian dan bacaan lainnya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data sekunder, yaitu data yang didapat

dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah, dan lain sebagainya.

PEMBAHASAN

Teknologi yang berkembang pesat memberikan kemudahan untuk belanja suatu barang di wilayah Indonesia maupun barang yang berasal dari luar negeri tanpa harus mengunjunginya. Media-media yang ramai digunakan saat ini diantaranya adalah website, e-commerce, dan social media. Perubahan ini juga terjadi pada sistem pembayaran tunai yang dahulu hanya bisa menggunakan kartu debit ataupun kredit saat ini beralih ke pembayaran secara digital dengan berbagai aplikasi yang dikeluarkan oleh bank terkemuka ataupun perusahaan penyedia jasa lainnya. Teknologi komunikasi memberikan kesempatan bagi penjual untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan mudah.

Selama pandemi covid-19 ekonomi digital menjadi penopang perekonomian Indonesia. E-Commerce sangat jelas memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia pada masa pandemi covid-19. E-Commerce menjadi penopang perekonomian Indonesia selama pandemi karena E-Commerce tidak terikat oleh ruang dan waktu. E-Commerce sebagai penyedia media sektor UMKM yang tadinya melaksanakan usahanya melalui cara konvensional menjadi turut bergantung pada perusahaan startup jenis e-commerce.

KESIMPULAN

Pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu indikator yang dapat digunakan oleh suatu negara untuk menilai dan mengevaluasi kondisi pembangunan ekonomi di dalam negaranya. Perdagangan internasional dapat didefinisikan sebagai kegiatan memperdagangkan barang dan jasa yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain. E-Commerce membuat penggunaanya dapat dengan mudah mengakses informasi secara digital dan memanfaatkannya dalam berbagai kebutuhan seperti berkirim pesan, membaca informasi yang diinginkan, berbagi informasi, memudahkan dalam hal pekerjaan maupun proses belajar mengajar, serta memudahkan untuk melakukan belanja online.

Perdagangan internasional merupakan suatu cara untuk meningkatkan kemakmuran suatu bangsa. Tidak semua negara memiliki peralatan produksi ataupun kondisi ekonomi yang sama, kualitas (mutu) maupun kuantitas (jumlahnya) Dari ketidaksamaan kondisi-kondisi tersebut, terjadilah perbedaan biaya-biaya produksi suatu barang antar negara yang satu dengan negara lain.

Dengan adanya perdagangan, suatu negara dapat memperoleh sejumlah barang dengan harga yang lebih murah daripada bila menghasilkan sendiri di dalam negeri. Keuntungan lain yang timbul dari adanya perdagangan, suatu negara dapat menghindarkan diri dari jenis produksi suatu barang yang harga biayanya relatif tinggi karena kurangnya (scarce) faktor-faktor produksi yang diperlukan tersedia secara cukup, dan kemudian berdagang.

Hubungan E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi E-commerce menjadi bukti terjadinya perkembangan teknologi dalam perekonomian dunia, yakni melalui pemanfaatan internet pada aktivitas produksi, sehingga dapat membawa peningkatan produktivitas ekonomi negara yang menerapkannya.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa sumber pertumbuhan ekonomi dari penerapan e-commerce menjadi faktor pembawa ide dan inovasi bagi penggunanya yang mampu mengelola internet menjadi peluang untuk mendapat keuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

Patta Rapanna, S. E., & Zulfikry Sukarno SE, M. M. (2017). *Ekonomi pembangunan* (Vol. 1). Sah Media.

NABABAN, I. C. P. (2021). Analisis Pengaruh PDB, Kurs, Tingkat Suku Bunga dan Cadangan Devisa terhadap Impor Barang Konsumsi di Indonesia Periode Tahun 2000-2019.

Wardhana, S. H. (2021). *Peran Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) dalam diseminasi informasi melalui media sosial di Kelurahan Gundih Kota Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2013). *E-commerce* (pp. 1-912). Boston, MA: Pearson.

Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater TERHADAP perilaku impulse buying pengguna e-commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44-57.

Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 110-124.

Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2014). *E-commerce Essentials*. London, UK:: Pearson.

Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 110-124.

Arifin, B. (2002). *Formasi makro-mikro ekonomi Indonesia*. INDEF.