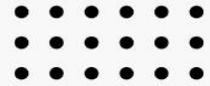


Katalog: 8101004.71



STATISTIK eCommerce

PROVINSI
SULAWESI
UTARA
2022/2023

Volume 2, 2024

<https://sulutbps.go.id>



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI SULAWESI UTARA**

STATISTIK eCommerce

PROVINSI
SULAWESI
UTARA
2022/2023

Volume 2, 2024





Statistik eCommerce Provinsi Sulawesi Utara 2022/2023
Volume 2 20 24

No. Publikasi: 71000.24024

Katalog: 8101004.71

Ukuran Buku: 18,2 cm x 25,7 cm

Jumlah Halaman: xviii+57 halaman

Penyusun Naskah:

Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara

Penyunting:

Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara

Pembuat Kover:

Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara

Penerbit:

©Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara

Sumber Ilustrasi:

freepik.com, slidesgo.com, canva.com, flaticon.com

Dilarang mereproduksi dan/atau menggandakan sebagian atau seluruh isi buku ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara.





Tim Penyusun

Statistik eCommerce Provinsi Sulawesi Utara 2022/2023

Volume 2, 2024

Pengarah

Asim Saputra, SST, M.Ec.Dev

Penanggung Jawab

Ririn Hidayati, S.Si, MPP, MSE

Penyunting

Erna Kusumawati, SST

Penulis Naskah dan Pengolah Data

Dading, S.Si

Nurfadhila Fahmi Utami, S.Si

Penata Letak

Prima Puspita Indra Murti, SST





Kata Pengantar



Publikasi Statistik *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2022/2023 merupakan publikasi yang diterbitkan Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai tindak lanjut dari Program Prioritas Nasional Kesatu yaitu “Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan”. Data yang disajikan dalam publikasi ini adalah hasil Survei *eCommerce* 2023 yang mencakup aktivitas usaha *eCommerce* selama tahun 2022 dan 2023. Hasil dari survei ini diharapkan dapat memberikan gambaran profil *eCommerce* dari sisi usaha.

Terima kasih dan apresiasi disampaikan kepada seluruh tim yang terlibat atas peran sertanya dalam kegiatan Survei *eCommerce* 2023 ini. Semoga publikasi ini dapat membawa manfaat bagi semua pihak dan bagi perkembangan statistik nasional. Saran konstruktif dapat disampaikan demi penyempurnaan publikasi mendatang.

Manado, Juni 2024
Kepala Badan Pusat Statistik
Provinsi Sulawesi Utara

Asim Saputra, SST, M.Ec.Dev



Daftar Isi

Statistik eCommerce Provinsi Sulawesi Utara 2022/2023

Volume 2, 2024

Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	xiii
Ringkasan Eksekutif	xv
Bab 1. Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Metode Pengumpulan Data	4
1.3 Cakupan atau Ruang Lingkup	5
1.4 Konsep dan Definisi	5
1.5 Penyajian Data	10
Bab 2. Profil Usaha eCommerce	12
2.1 Pelaku Usaha eCommerce	13
2.2 Penanggung Jawab dan Tenaga Kerja Usaha	15
2.3 Kategori/Lapangan Usaha	18
2.4 Tahun Mulai Beroperasi dan Mulai Usaha eCommerce	18
2.5 Pendapatan dan Pengeluaran Usaha	20
2.6 Peran Usaha dan Jenis Pelanggan	22
2.7 Jenis Barang/Jasa yang Dijual	24
2.8 Media Penjualan	25
2.9 Metode Pembayaran	27
2.10 Metode dan Wilayah Pengiriman	28
2.11 Pelatihan Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pemasaran Secara Digital	31
2.12 Jenis dan Pemanfaatan Layanan Internet	33
2.13 Kendala Usaha	35



BAB 3. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Usaha *eCommerce* . 37

BAB 4. Statistik Profil Usaha *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara...45

Daftar Pustaka 57

<https://sulut.bps.go.id>





Daftar Gambar

Statistik *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2022/2023

Volume 2, 2024

Gambar 1	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> , 2022 dan 2023.....	13
Gambar 2	Persentase Usaha yang Tidak Melakukan <i>eCommerce</i> menurut Alasan, 2022.....	14
Gambar 3	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Umur Penanggung Jawab/Pemilik Usaha, 2022.....	16
Gambar 4	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Gender Penanggung Jawab/Pemilik Usaha, 2022.....	17
Gambar 5	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/Pemilik Usaha, 2022	17
Gambar 6	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Kategori /Lapangan Usaha, 2022.....	18
Gambar 7	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Selisih Tahun Mulai <i>eCommerce</i> dengan Tahun Mulai Beroperasi, 2022.....	20
Gambar 8	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Kepemilikan Laporan Keuangan, 2022.....	21
Gambar 9	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Kategori Nilai Pendapatan Total, 2022	22
Gambar 10	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Peran Usaha, 2022	23
Gambar 11	Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Pelanggan, 2022	24



Gambar 12 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Barang dan Jasa yang Dijual, 2022	25
Gambar 13 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Media Penjualan, 2022	26
Gambar 14 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Metode Pembayaran yang Sering Digunakan, 2022.....	28
Gambar 15 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Metode Pengiriman yang Sering Digunakan, 2022.....	29
Gambar 16 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Wilayah Pengiriman, 2022	30
Gambar 17 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Kegiatan Ekspor dan Impor, 2022	31
Gambar 18 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Pelatihan yang Pernah Diikuti Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi, 2022	32
Gambar 19 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Instansi Pemberi Pelatihan dan Level Pelatihan, 2022.....	33
Gambar 20 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Layanan Internet yang Digunakan, 2022	34
Gambar 21 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Pemanfaatan Layanan Internet yang Digunakan, 2022.....	35
Gambar 22 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Kendala Utama, 2022.....	36
Gambar 23 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Pendapatan Usaha, 2023.....	39
Gambar 24 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> dengan Pendapatan Meningkat Akibat Pandemi COVID-19, 2023	40



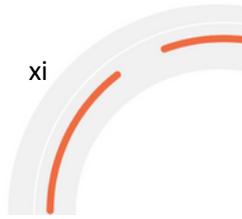


Gambar 25 Persentase Usaha *eCommerce* dengan Pendapatan Menurun Akibat Pandemi COVID-19, 2023.....41

Gambar 26 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Volume Transaksi *eCommerce*, 202342

Gambar 27 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kelancaran Pendistribusian Barang, 202343

<https://sulut.bps.go.id>





Daftar Tabel

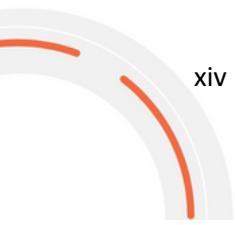
Statistik eCommerce Provinsi Sulawesi Utara 2022/2023

Volume 2, 2024

Tabel 1 Estimasi Jumlah, Persentase dan <i>Relative Standard Error</i> Usaha eCommerce, 2022	47
Tabel 2 Persentase Usaha eCommerce dan Non-eCommerce di Provinsi Sulawesi Utara, 2022 dan 2023.....	47
Tabel 3 Persentase Usaha eCommerce Menurut Alasan Tidak Menerima Pesanan/Melakukan Transaksi melalui Internet di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	47
Tabel 4 Persentase Usaha eCommerce Menurut Umur Penanggung Jawab/Pemilik Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	48
Tabel 5 Persentase Penanggung Jawab/Pemilik Usaha dan Tenaga Kerja Usaha eCommerce Menurut Gender di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	48
Tabel 6 Persentase Usaha eCommerce Menurut Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/Pemilik Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	49
Tabel 7 Persentase Usaha eCommerce Menurut Kategori di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	49
Tabel 8 Persentase Usaha eCommerce Menurut Tahun Mulai Beroperasi Secara Komersial dan Tahun Mulai Melakukan eCommerce di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	50
Tabel 9 Persentase Usaha eCommerce Menurut Nilai Pendapatan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022.....	50



Tabel 10 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Peran Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	51
Tabel 11 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Pelanggan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022.....	51
Tabel 12 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Barang/Jasa yang Dijual di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	51
Tabel 13 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Media Penjualan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022.....	53
Tabel 14 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Metode Pembayaran yang Sering Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	53
Tabel 15 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Metode Pengiriman yang Sering Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	54
Tabel 16 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Layanan Internet yang Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022.....	54
Tabel 17 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Keperluan Pemanfaatan Internet di Provinsi Sulawesi Utara, 2022	55
Tabel 18 Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Kendala Utama di Provinsi Sulawesi Utara, 2022.....	55





Ringkasan Eksekutif

Publikasi Statistik *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2022/2023 merupakan publikasi yang disusun berdasarkan hasil Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2023. Cakupan Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2023 adalah usaha yang menggunakan internet untuk menerima pesanan atau melakukan penjualan barang dan/atau jasa selama tahun 2022.

Tahap pertama dalam Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2023 adalah melakukan listing terhadap 99 blok sensus terpilih pada 7 Kabupaten/Kota di Sulawesi Utara. Tahap selanjutnya dilakukan wawancara pada usaha yang menjadi sampel terpilih.

Beberapa hal penting yang diperoleh dari hasil pendataan Survei *eCommerce* 2023 antara lain sebagai berikut:

- Jumlah usaha *eCommerce* di Sulawesi Utara pada tahun 2022 diperkirakan sebanyak 20.366 usaha;
- Dari keseluruhan usaha selama tahun 2022, usaha *eCommerce* yang termasuk dalam Kategori G (Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor) lebih banyak dibandingkan kategori usaha yang lain yaitu sebesar 28,75 persen;
- Sebanyak 12,92 persen merupakan usaha yang langsung menerima pesanan atau melakukan penjualan melalui internet dan beroperasi secara komersial sejak tahun 2022.



Profil dan Aktivitas Usaha:

- Mayoritas usaha menggunakan media sosial (89,28) dan pesan instan (75,96 persen) sebagai media penjualan;
- Sebanyak 69,53 persen usaha hanya menjual produk ke konsumen akhir. Kemudian sebanyak 30,12 persen usaha melakukan penjualan baik ke konsumen akhir maupun ke agen/usaha lain. Hanya sebesar 0,35 persen usaha *eCommerce* yang melakukan penjualan *online* ke agen/usaha lain;
- Hanya sebanyak 23,40 persen usaha *eCommerce* yang memiliki laporan keuangan;
- Metode pembayaran yang paling sering digunakan di hampir semua lapangan usaha adalah *Cash on Delivery* (COD) atau pembayaran secara tunai sebanyak 90,15 persen;
- Lebih dari separuh usaha *eCommerce* di Sulawesi Utara atau 64,85 persen mengirimkan langsung produknya kepada pembeli. Sebanyak 31,32 persen usaha *eCommerce* memilih metode pengiriman dengan cara pembeli mengambil langsung pesanan di toko atau di titik penjemputan tertentu;
- Hasil survei menunjukkan hanya 0,44 persen usaha *eCommerce* yang melakukan ekspor perdagangan, sedangkan kegiatan impor hanya dilakukan oleh 0,20 persen usaha *eCommerce*.

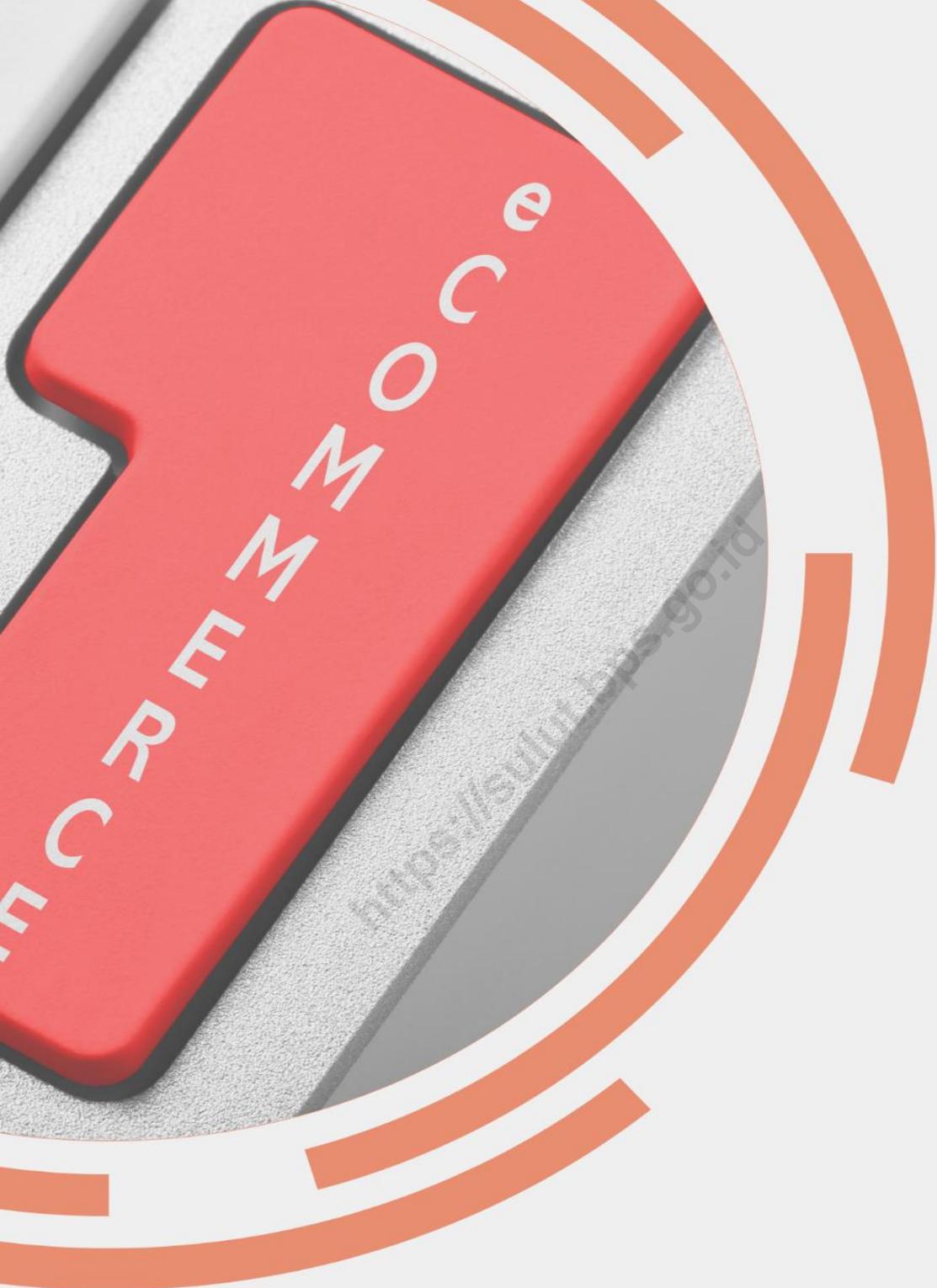


Karakteristik Pekerja:

- Mayoritas umur penanggung jawab/pemilik usaha 2022 berada dalam rentang usia 25 hingga 54 tahun dengan rincian usia 25-34 tahun (23,97 persen), 35-44 tahun (32,17 persen), 45-54 tahun (26,05 persen);
- Sebagian besar penanggung jawab/pemilik usaha *eCommerce* adalah perempuan (62,64 persen);
- Pendidikan tertinggi penanggung jawab/pemilik usaha *eCommerce* sebagian besar adalah SMA/SMK Sederajat ke bawah (74,93 persen), diikuti 17,65 persen yang berpendidikan Diploma IV/S1;
- Dari sisi *gender*, walaupun komposisinya hampir seimbang, tenaga kerja pada usaha *eCommerce* masih didominasi perempuan yaitu sebesar 55,34 persen.

Karakteristik Pendapatan dan Pengeluaran:

- Dari sisi nilai pendapatan, sebanyak 90,09 persen usaha *eCommerce* memiliki pendapatan total di bawah 300 juta rupiah, dan hanya 1,28 persen memiliki pendapatan 2,5 hingga 50 milyar rupiah. sisanya merupakan usaha dengan nilai pendapatan antara 300 juta rupiah hingga < 2,5 milyar rupiah;
- Dari sisi pengeluaran terdapat 94,45 persen usaha *eCommerce* yang memiliki pengeluaran usaha di bawah 300 juta rupiah.



BAB I PENDAHULUAN



Bab 1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Berbagai pelaku ekonomi dari seluruh dunia bertransaksi lebih mudah dan cepat dengan menggunakan teknologi. Kini, penjualan produk dapat dilakukan melalui jaringan internet, atau yang disebut *eCommerce*. Kehadiran *eCommerce* berdampak besar pada kehidupan dan gaya hidup masyarakat, termasuk menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat untuk memulai bisnis secara perorangan.

Untuk mendukung iklim pertumbuhan perekonomian digital dan pemenuhan ketersediaan data/informasi yang cepat, mudah dan akurat, pemerintah mengeluarkan beberapa regulasi terkait *eCommerce* seperti: Paket Kebijakan Ekonomi XIV yang mengatur tentang ekonomi berbasis elektronik, Peraturan Presiden (Perpres) No. 74 tahun 2017 mengenai Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik atau SPNBE, dan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), serta Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dengan keluarnya regulasi-regulasi tersebut diharapkan ketersediaan data yang lebih lengkap terkait *eCommerce*, sehingga dapat membantu pemerintah mengetahui gambaran *eCommerce* di Indonesia. Pembuatan kebijakan dan



pengambilan keputusan berbasis data akan membantu pemerintah membuat keputusan yang lebih baik tentang masa depan industri *eCommerce*.

1.2 Metode Pengumpulan Data

Terkait pemetaan *eCommerce* di Indonesia, BPS melanjutkan pendataan *eCommerce* yang berbasis usaha rumah tangga dan perusahaan untuk memperoleh gambaran usaha *eCommerce* di Indonesia, dari sudut pandang pelaku usaha *eCommerce*.

Pendataan Blok Sensus dan usaha *eCommerce* 2022/2023 dilakukan secara interviu/wawancara menggunakan metode *Go Digital*, berbasis *Computer Assisted Personal Interviewing* (CAPI) dengan aplikasi *Flexible Authentic Survey Instrument Harmony* (FASIH) yang dikembangkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). FASIH digunakan untuk memfasilitasi pengumpulan data secara efisien melalui survei dan sensus dengan menyediakan kemudahan akses melalui *web* dan aplikasi Android. Hal ini menyesuaikan dengan perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) di era *digital* saat ini. Dengan metode ini diharapkan pengumpulan data dapat dilakukan secara lebih efektif dan efisien, mengingat ketersediaan data dapat dilakukan lebih murah, cepat dan akurasi data dapat lebih terjaga.



1.3 Cakupan atau Ruang Lingkup

Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara tahun 2023 dilaksanakan di 7 kabupaten/kota, mencakup 99 blok sensus. Usaha/perusahaan yang dicakup dalam survei ini adalah usaha yang menggunakan internet untuk menerima pesanan atau melakukan penjualan barang dan/atau jasa dan terdapat transaksi penjualan melalui internet di tahun 2022. Kategori usaha yang dicakup adalah A, C, G, H, I, J, M, N, P (kecuali Pendidikan Formal), Q, R, dan S.

Cakupan Survei *eCommerce* 2023 sebanyak 99 blok sensus dan 20.366 usaha. Pada blok sensus dilakukan pendaftaran rumah tangga atau usaha (*listing*). Setelah tahapan kegiatan *listing* selesai, tahap selanjutnya melakukan wawancara pada usaha yang menjadi sampel terpilih.

1.4 Konsep dan Definisi

- ***Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) 2009*** mendefinisikan *Electronic Commerce (eCommerce)* sebagai penjualan atau pembelian barang/jasa, yang dilakukan melalui jaringan komputer dengan metode yang secara spesifik dirancang untuk tujuan menerima atau melakukan pesanan. Barang atau jasa dipesan dengan metode tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman utama barang atau jasa tidak harus dilakukan secara *online*. Transaksi *eCommerce* dapat



terjadi antar usaha, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi swasta atau publik lainnya.

- Termasuk: pemesanan melalui halaman *website*, ekstranet maupun EDI (*Electronic Data Interchange*), *email* otomatis, media sosial (*Facebook, Instagram*, dan lainnya), serta pesan instan atau *instant messaging* (*WhatsApp, Line*, dan lainnya).
 - Tidak termasuk: pemesanan yang dibuat melalui telepon (baik *fixed-line* maupun *mobile phone*), *email* manual, dan faksimili.
- **Internet** adalah jaringan terkoneksi di seluruh dunia yang memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi secara interaktif. Internet menyediakan berbagai layanan komunikasi seperti *world wide web* (*www*), surat elektronik (*email*), berita, hiburan, transfer data, dan lain-lain menggunakan fasilitas komputer atau fasilitas lainnya seperti telepon selular, TV digital, dan lain-lain.
- **Website** adalah suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berisikan kumpulan informasi berupa data teks, gambar, animasi, audio, video maupun gabungan dari semuanya yang biasanya dibuat untuk personal, organisasi dan perusahaan.

- 
- **Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)** merupakan klasifikasi baku mengenai kegiatan ekonomi yang terdapat di Indonesia, yang dirinci menurut kategori. KBLI hanya mengelompokkan unit produksi menurut kegiatan ekonomi, tidak membedakan unit produksi menurut kepemilikan, jenis badan hukum, formal atau informal.
 - **Kategori** merupakan garis pokok penggolongan kegiatan ekonomi. Penggolongan ini diberi kode satu digit dengan kode alfabet. Dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2015 seluruh kegiatan ekonomi di Indonesia digolongkan menjadi 21 kategori. Kategori-kategori tersebut diberi kode huruf A sampai dengan U.
 - **Marketplace** adalah sebuah lokasi jual beli produk dimana *seller* dan juga konsumen bertemu di suatu *platform*. *Seller* akan menjual barangnya di lapak yang sudah disediakan oleh *eCommerce* dengan konsep *marketplace*.
 - **Media sosial** adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia *virtual*. *Blog*, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.



- **Pesan instan (*instant messenger*)** adalah suatu sistem pengiriman pesan dua arah yang cepat dan *real time* melalui media internet dari satu komputer ke komputer yang lain, dan menggunakan komunikasi berbasis teks. Contoh pesan instan adalah *WhatsApp*, *Line*, dan lainnya.
- **Cash on Delivery (COD)** adalah metode pembayaran dimana pembeli dapat membayar pesanan secara tunai pada saat pesanan tiba di tujuan. Pembayaran dilakukan kepada kurir yang mengantarkan barang.
- **E-Wallet atau dompet elektronik** merupakan sebuah aplikasi atau fitur yang dikembangkan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan pembayaran. *E-Wallet* dapat melakukan transaksi uang dalam sistem operator telekomunikasi. Ringkasnya, pulsa telepon selular sekaligus berlaku sebagai saldo tabungan. Pemilik telepon selular bisa melakukan transaksi, bahkan mencairkan pulsa atau saldo yang dikirim dari pemilik telepon selular lainnya. Contoh *e-wallet* adalah OVO, DANA, GoPay, LinkAja, Kredivo, AkuLaku, PayLater, dan lainnya.
- **Mobile money (uang elektronik)** adalah transaksi uang dalam sistem operator telekomunikasi maupun melalui kartu yang berupa saldo, seperti *E-Money*, *Brizzi*, dan *Go-Pay*. Pemilik telepon selular maupun kartu bisa melakukan



transaksi menggunakan saldo tersebut untuk pembayaran transportasi, serta pembayaran belanja.

- **Seller (penjual)** adalah orang yang menjual barang/jasa produksi sendiri atau mengambil dari *supplier* sehingga harga dan keuntungan ditentukan oleh penjual itu sendiri. Penjual/*seller* lebih independen dan memiliki kontrol penuh terhadap barangnya, tidak ada komisi karena keuntungan diperoleh langsung dari penjualan barang.
- **Reseller (penjual kembali)** adalah orang yang membeli produk dari distributor atau *supplier* dengan harga yang lebih murah dari pasaran, untuk dijual kembali dengan harapan mendapatkan sejumlah keuntungan dari penjualan barangnya tersebut.
- **Dropshipper (perantara penjual dan pembeli)** hampir sama dengan *reseller*, namun ia tidak memiliki barang yang dijual tersebut, sehingga tugasnya hanyalah mencari konsumen, kemudian melaporkan adanya pemesanan kepada *supplier*. Setelah itu *supplier* akan mengirimkan pada konsumen, dan para *dropshipper* mendapatkan komisi dari transaksi penjualan tersebut.



1.5 Penyajian Data

Dalam publikasi ini data yang disajikan merupakan hasil pendataan Survei *eCommerce* 2023 yang telah diestimasi pada level provinsi, kecuali untuk gambar 1 yaitu persentase usaha *eCommerce*, dan tabel 1 yaitu persentase usaha yang melakukan dan tidak melakukan *eCommerce* per 31 Desember 2022 dan 2023, serta tabel 2 yaitu persentase usaha bukan *eCommerce* menurut alasan tidak menerima pesanan/melakukan transaksi melalui internet, tahun 2022 dan 2023, yang merupakan hasil listing.

Penyajian data dari usaha *eCommerce* yang dihasilkan survei ini juga dilengkapi dengan informasi tingkat kesalahan standar relatif/ *Relative Standard Error (RSE)*. Hal ini dimaksudkan agar para *stakeholders* berhati-hati dalam melakukan interpretasi dan menggunakan data yang dihasilkan. Tingkat RSE yang ditolerir BPS adalah < 25 %.



<https://solut.bps.go.id>

BAB II

PROFIL USAHA ECOMMERCE



Bab 2. Profil Usaha eCommerce

2.1 Pelaku Usaha eCommerce

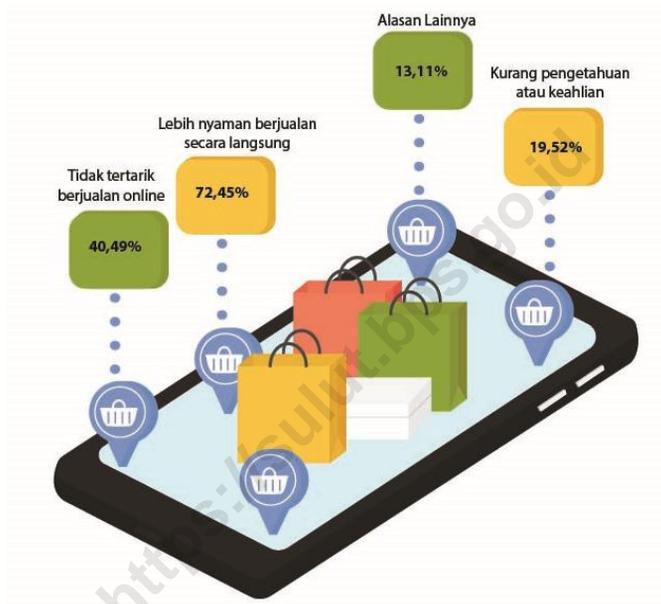
Hasil pendataan survei eCommerce 2023 menunjukkan bahwa dari seluruh usaha yang dilakukan pendataan, sampai dengan 31 Desember 2022 tercatat 32,48 persen melakukan kegiatan eCommerce, sementara sampai dengan 28 Februari 2023 tercatat 31,22 persen. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan tersebut sejalan dengan usaha yang menerima pesanan atau melakukan penjualan barang/jasa melalui internet di Sulawesi Utara masih tergolong rendah, dan didominasi dengan jenis usaha konvensional.



Gambar 1 Persentase Usaha eCommerce, 2022 dan 2023



Dari seluruh usaha yang tidak melakukan kegiatan *eCommerce* pada tahun 2022, sebanyak 72,45 persen beralasan lebih nyaman berjualan secara langsung (*offline*). Alasan lain adalah tidak tertarik berjualan *online*, kurang pengetahuan atau keahlian, kekhawatiran tentang keamanan, dan sebagainya.



Gambar 2 Persentase Usaha yang Tidak Melakukan *eCommerce* menurut Alasan, 2022

Secara umum, hasil pendataan menunjukkan pelaku usaha *eCommerce* di Sulawesi Utara mempunyai ciri-ciri:

- Mayoritas menggunakan pesan instan dan media sosial sebagai media penjualan;
- Mayoritas pendidikan penanggung jawab/pemilik usaha adalah sekolah menengah atas;

- 
- Nilai pendapatan total maupun nilai pendapatan *eCommerce* dibawah 300 juta rupiah;
 - Mayoritas usaha tidak memiliki laporan keuangan;
 - Metode pembayaran yang paling sering digunakan adalah pembayaran secara tunai atau *Cash on Delivery* (COD);
 - Pengiriman langsung sebagai metode pengiriman yang paling sering digunakan;
 - Wilayah pengiriman barang masih dalam pulau yang sama dengan domisili usaha.

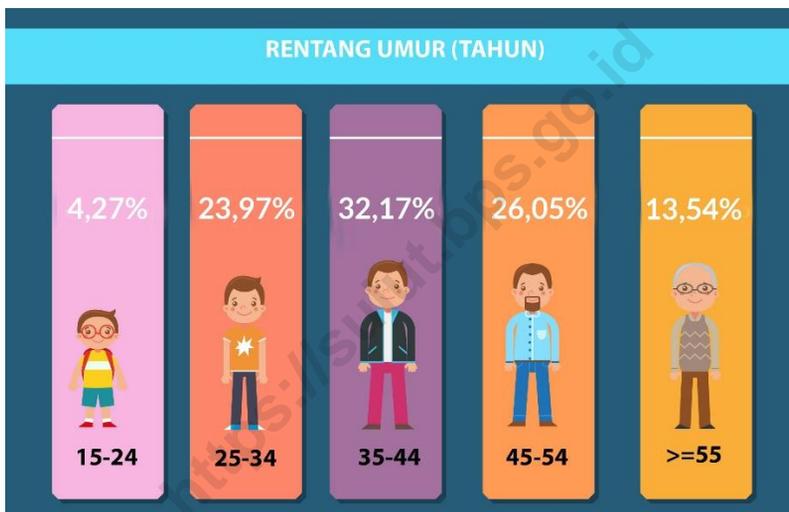
2.2 Penanggung Jawab dan Tenaga Kerja Usaha

Fenomena kehadiran pasar *online* atau *eCommerce* diharapkan menciptakan peluang ekonomi baru bagi individu-individu untuk menjadi *enterpreneur* baru yang ke depannya diharapkan dapat memperluas lapangan pekerjaan. Pasar *online* atau *eCommerce* merupakan sebuah model bisnis yang memudahkan konsumen maupun pengusaha atau perusahaan untuk membeli atau menawarkan produk/jasa melalui media *online*. Syarat utama bisnis *online* adalah pengusaha hanya memerlukan koneksi internet agar tempat menjalankan bisnis yang dimilikinya tetap terhubung dengan *website* atau media *online*.

Momentum perkembangan pesat teknologi di Indonesia berdekatan dengan kelahiran Generasi Milenial, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1980 – 1995. Pada saat ini rentang usia

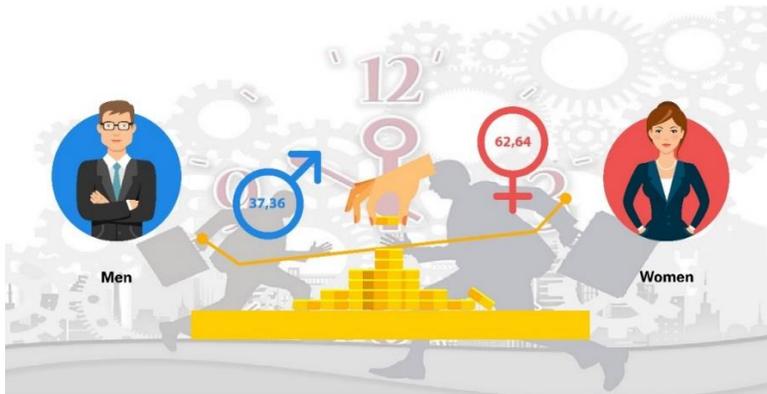


Generasi Milenial adalah antara 27-44 tahun. Mayoritas umur penanggung jawab/ pemilik usaha *eCommerce* 2020 berada dalam rentang 35-44 tahun (32,17 persen) dan 45-54 tahun (26,05 persen). Hal ini menunjukkan bahwa penanggung jawab/pemilik usaha *eCommerce* mayoritas merupakan Generasi Milenial yang banyak berinteraksi dengan pesatnya perkembangan teknologi, termasuk juga *eCommerce*.



Gambar 3 Persentase Usaha *eCommerce* menurut Umur Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha, 2022

Jika ditinjau dari sisi gender, hasil Survei *eCommerce* 2023 menunjukkan 62,64 persen penanggung jawab/pemilik usaha memiliki gender perempuan.



Gambar 4 Persentase Usaha *eCommerce* menurut Gender Penanggung Jawab/Pemilik Usaha, 2022

Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas usaha *eCommerce* di Indonesia mempunyai penanggung jawab/pemilik usaha berpendidikan SMA/SMK sederajat ke bawah (sebanyak 74,93 persen), diikuti sebanyak 17,65 persen usaha mempunyai penanggung jawab/pemilik berpendidikan Diploma IV/S1.

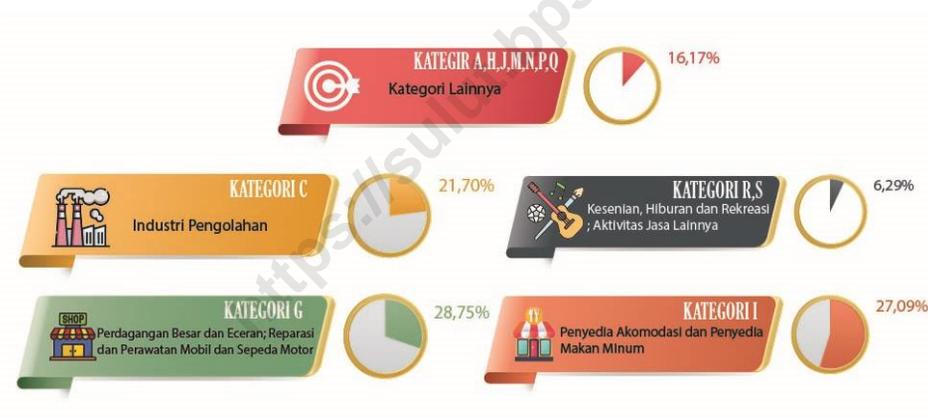


Gambar 5 Persentase Usaha *eCommerce* menurut Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/Pemilik Usaha, 2022



2.3 Kategori/Lapangan Usaha

Berdasarkan kategori usaha, 28,75 persen bergerak di Kategori G (Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor). Kegiatan usaha *eCommerce* terbesar kedua (27,09 persen) adalah dari Kategori I (Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum). Sementara itu, usaha yang tercakup dalam Kategori C (Industri Pengolahan) dengan persentase sebesar 21,70 persen, merupakan usaha *eCommerce* terbesar ketiga berdasarkan hasil Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2023.



Gambar 6 Persentase Usaha *eCommerce* menurut Kategori/ Lapangan Usaha, 2022

2.4 Tahun Mulai Beroperasi dan Mulai Usaha *eCommerce*

Sejarah perkembangan *eCommerce* di Sulawesi Utara tidak lepas dari perkembangan internet di negara ini. Internet mulai merambah Indonesia pada tahun 1990-an, namun baru mulai



bebas digunakan oleh masyarakat pada tahun 2000-an. Pada tahun itu juga mulai bermunculan toko *online* yang menjual berbagai macam produk. Perkembangan saat itu membuat banyak orang mulai menyadari bahwa mereka bisa mendapatkan *cuan* dengan berdagang melalui internet.

Pada era tahun 2005-an *eCommerce* mulai *booming*, dengan munculnya banyak *marketplace* dan toko *online* yang menawarkan sistem yang lebih aman dan mudah digunakan. Perkembangan media sosial juga mendorong perkembangan *eCommerce*. Salah satunya adalah fitur iklan yang disediakan oleh media sosial, seperti *Instagram* dan *Facebook*.

Fenomena tersebut terlihat pada hasil Survei *eCommerce* 2023 di Provinsi Sulawesi Utara, dimana setiap tahun terjadi peningkatan jumlah usaha yang baru beroperasi dan langsung *go online*. Tercatat 59,62 persen usaha baru mulai beroperasi pada rentang tahun 2019-2022. Sebanyak 29,07 persen usaha sudah memulai usahanya pada rentang tahun 2012-2018, dan hanya 18,94 persen usaha yang sudah beroperasi lebih dari sepuluh tahun.



Gambar 7 Persentase Usaha *eCommerce* menurut Selisih Tahun Mulai *eCommerce* dengan Tahun Mulai Beroperasi, 2022

Jika dibandingkan antara tahun mulai beroperasi dengan tahun mulai melakukan kegiatan *eCommerce*, fenomena menarik yang dapat dilihat adalah 54,82 persen usaha langsung melakukan kegiatan *eCommerce* saat baru mulai beroperasi. Sebanyak 13,95 persen usaha baru memulai kegiatan *eCommerce* 1-2 tahun setelah beroperasi, sejumlah 10,30 persen usaha baru memulai kegiatan *eCommerce* setelah beroperasi 3-5 tahun, dan 20,93 persen usaha baru mulai kegiatan *eCommerce* lebih dari 5 tahun setelah membuka kegiatan operasional usaha.

2.5 Pendapatan dan Pengeluaran Usaha

Laporan Keuangan merupakan salah satu perangkat untuk menilai kinerja suatu usaha. Indikator-indikator yang dihasilkan dari laporan keuangan tidak hanya mengindikasikan kesehatan usaha namun dapat digunakan sebagai bahan evaluasi, perencanaan dan pengembangan kegiatan usaha. Mengingat manfaatnya yang

sangat penting, maka setiap usaha disarankan untuk menyusun laporan keuangan. Namun berdasarkan hasil Survei *eCommerce* 2023, hanya 23,40 persen usaha *eCommerce* yang memiliki laporan keuangan, sedangkan 76,60 persen tidak memiliki.



Gambar 8 Persentase Usaha *eCommerce* menurut Kepemilikan Laporan Keuangan, 2022

Nilai pendapatan total merupakan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan barang/jasa, baik penjualan secara langsung maupun *online* selama tahun 2022. Berdasarkan hasil Survei *eCommerce* 2023, sebagian besar usaha *eCommerce* merupakan usaha berpendapatan kurang dari 300 juta rupiah per tahun, dengan jumlah proporsi usaha sebanyak 90,09 persen dari keseluruhan usaha *eCommerce*.

Dari sisi pendapatan *online*, sebanyak 26,51 persen usaha mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya, sedangkan 58,10 persen usaha tidak mengalami perubahan pendapatan.

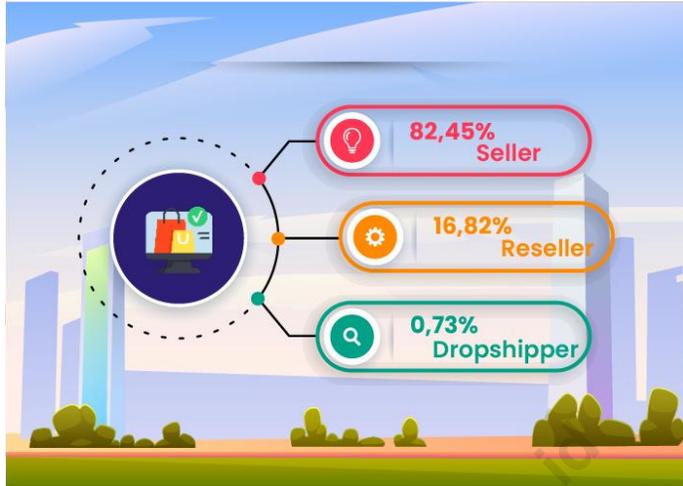


Gambar 9 Persentase Usaha eCommerce menurut Kategori Nilai Pendapatan Total, 2022

2.6 Peran Usaha dan Jenis Pelanggan

Dalam mata rantai penjualan, kita mengenal beberapa jenis peran dari pelaku transaksi sebelum barang akhirnya sampai ke tangan konsumen. Peran-peran tersebut antara lain sebagai penjual (*seller*), penjual kembali (*reseller*), serta perantara penjual dan pembeli (*dropshipper*).

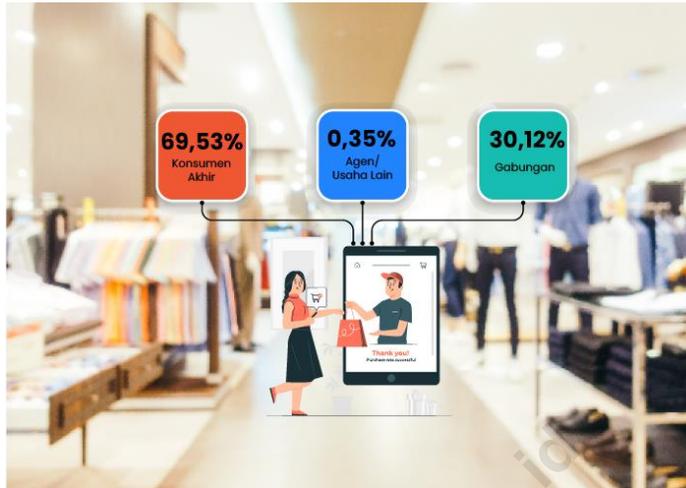
Berdasarkan peran dari pelaku transaksi, penjualan dalam eCommerce selama tahun 2022 didominasi oleh penjual (*seller*) sebesar 82,45 persen, kemudian diikuti oleh penjual kembali (*reseller*) 16,82 persen, dan perantara penjual dan pembeli (*dropshipper*) 0,73 persen.



Gambar 10 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Peran Usaha, 2022

Peningkatan pengguna internet dan kemudahan pelaku usaha untuk membuka toko *online* telah membuat bisnis *online* menjamur dari waktu ke waktu. Dari sisi konsumen, beragamnya pilihan barang/jasa maupun harga yang bersaing merupakan sesuatu yang sangat menarik. Tanpa perlu keluar rumah, belanja *online* bisa dilakukan hanya dengan ponsel atau komputer.

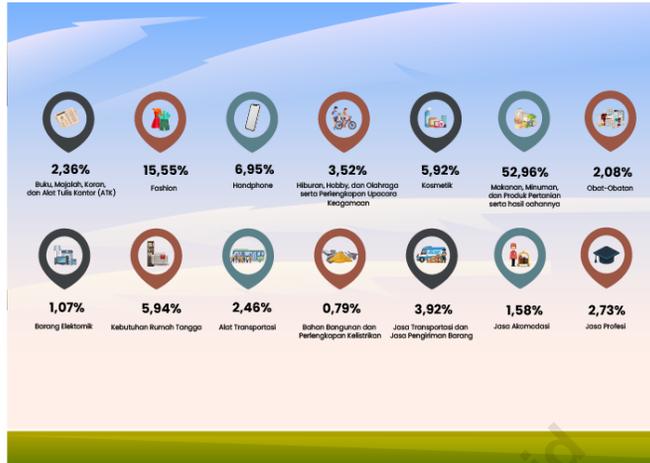
Berdasarkan hasil survei, usaha *eCommerce* lebih banyak melakukan penjualan ke konsumen akhir (69,53 persen). Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari pembelian suatu produk yang tidak untuk diperdagangkan kembali. Selanjutnya sebanyak 0,35 persen ke agen/usaha lain, dan 30,12 persen usaha melakukan penjualan *online* ke konsumen akhir dan agen/usaha lain.



Gambar 11 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Pelanggan, 2022

2.7 Jenis Barang/Jasa yang Dijual

Berbelanja merupakan salah satu kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhannya, mulai dari kebutuhan primer, sekunder, hingga kebutuhan tersier. Sebelum teknologi secanggih sekarang ini, kita harus keluar rumah dan pergi ke toko atau ke pasar untuk berbelanja. Namun dengan perkembangan teknologi, berbelanja dapat dilakukan tanpa harus keluar rumah, yaitu melalui belanja *online*. Belanja *online* dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai macam perangkat seperti komputer atau ponsel. Pasar *online* menyediakan berbagai macam barang kebutuhan dengan harga yang lebih terjangkau, sehingga pilihan konsumen bertambah banyak.



Gambar 12 Persentase Usaha *eCommerce* menurut Barang dan Jasa yang Dijual, 2022

Dari survei *eCommerce* 2023 tercatat kelompok Makanan, Minuman, dan Produk Pertanian serta Hasil Olahannya menjadi kelompok jenis barang/jasa yang paling banyak terjual selama tahun 2022 sebesar 52,96 persen, disusul dengan kelompok Fashion sebesar 15,55 persen. Sedangkan untuk kelompok yang memiliki persentase terendah yang menjadi barang/jasa yang dijual yaitu kelompok Bahan Bangunan dan Perlengkapan Kelistrikan dengan persentase hanya sebesar 0,79.

2.8 Media Penjualan

Media penjualan *online* merupakan kanal promosi yang paling diminati dikarenakan efektivitas dan jangkauannya yang lebih luas dibandingkan media penjualan konvensional. Kemajuan



teknologi informasi membuat media penjualan melalui internet semakin beragam.

Marketplace merupakan sebuah lokasi jual beli produk dimana *seller* dan konsumen bertemu di sebuah *platform*. Media penjualan selanjutnya dapat berupa *website* yang dimiliki oleh usaha itu sendiri dan digunakan sebagai wadah jual beli. Selain itu, media sosial dan pesan instan juga dimanfaatkan sebagai media penjualan *online* oleh banyak usaha.

Hasil survei menunjukkan, hampir seluruh usaha (89,28 persen) melakukan penjualan secara *online* melalui aplikasi media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan sebagainya.



Gambar 13 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Media Penjualan, 2022

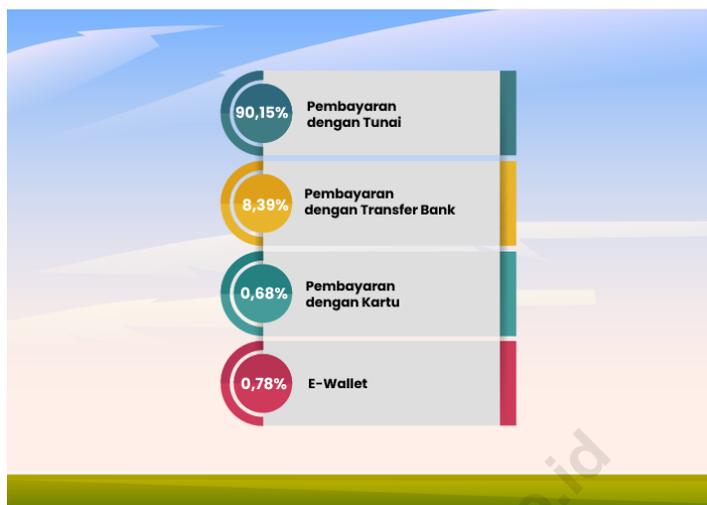
Sebanyak 75,96 persen usaha berjualan *online* melalui aplikasi pesan instan seperti *WhatsApp*, *Line*, dan *Telegram*. Selanjutnya, hanya 13,09 persen usaha yang memiliki akun



penjualan di *marketplace/platform digital*. Hal ini menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah agar usaha *eCommerce* di Sulawesi Utara tertarik beralih ke *marketplace/platform digital*, karena masih terdapat 86,91 persen usaha *eCommerce* yang belum memanfaatkan media penjualan ini. Selanjutnya, terdapat 5,60 persen usaha yang menggunakan *e-mail* dalam berjualan *online*. Di urutan akhir, hanya terdapat 1,45 persen usaha yang menggunakan *website*.

2.9 Metode Pembayaran

Bisnis *eCommerce* pada dasarnya bertujuan untuk mempermudah produsen atau konsumen untuk melakukan transaksi jual dan beli. Oleh karena itu, metode pembayaran yang digunakan seharusnya juga mempermudah proses transaksi tersebut. Mayoritas usaha *eCommerce* (90,15 persen) di hampir semua lapangan usaha, menggunakan *Cash on Delivery* (COD). COD dilakukan dengan membayar pesanan secara tunai di lokasi pembelian menggunakan uang tunai (*cash*) atau membayar pada saat pesanan tiba di tempat tujuan.



Gambar 14 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Metode Pembayaran yang Sering Digunakan, 2022

Metode pembayaran lain yang juga sering digunakan berikutnya adalah pembayaran dengan transfer bank, baik melalui *ATM (Automated Teller Machine)*, *internet banking*, maupun *mobile banking*, sebesar 8,39 persen, berikutnya metode pembayaran menggunakan *E-Wallet* (contoh: *Ovo*, *Dana*, *GoPay*, *LinkAja*, *Kredivo*, *AkuLaku*, *PayLater*) sebesar 0,78 persen, dan pembayaran dengan kartu (debit/kredit/kartu uang elektronik) hanya sebesar 0,68 persen.

2.10 Metode dan Wilayah Pengiriman

Pengiriman barang/jasa hingga sampai ke tangan konsumen merupakan bagian terpenting dari suatu kegiatan usaha *eCommerce*. Saat barang/jasa diterima konsumen dalam kondisi yang baik serta cepat, tentunya konsumen akan merasa puas.

Beberapa metode pengiriman yang disediakan oleh usaha *eCommerce* antara lain pengiriman langsung oleh pihak penjual ke pembeli, menggunakan jasa pengiriman (Pos, TIKI, *GoSend*, dan lainnya), pembeli mengambil pesanan di toko atau di titik penjemputan tertentu, dan pembeli mengunduh (*download*) dari *website*, aplikasi, *software*, atau lainnya.



Gambar 15 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Metode Pengiriman yang Sering Digunakan, 2022

Hasil survei *eCommerce* menunjukkan lebih dari separuh usaha *eCommerce* di Sulawesi Utara mengirimkan langsung produknya kepada pembeli (64,85 persen). Sebanyak 31,32 persen usaha *eCommerce* memilih metode pembeli mengambil langsung pesanan di toko atau di titik penjemputan tertentu. Sementara itu, sebanyak 3,16 persen memilih mengirimkan produknya kepada pembeli melalui jasa pengiriman, dan hanya 0,67 persen usaha menyediakan *link download* produknya dari *website*, aplikasi, *software*, atau lainnya.



Wilayah pengiriman yang dilayani usaha *eCommerce* di Sulawesi Utara sebagian besar berada pada pulau yang sama dengan lokasi usaha. Pulau Sulawesi menjadi target pasar paling besar di Sulawesi Utara, sebesar 99,33 persen usaha *eCommerce* melayani pengiriman ke Pulau Sulawesi. Adapun Bali dan Nusa Tenggara merupakan wilayah dalam negeri yang pengiriman produknya paling sedikit. Sebesar 0,44 persen usaha *eCommerce* Sulawesi Utara melayani pengiriman produk ke luar negeri.



Gambar 16 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Wilayah Pengiriman, 2022

Catatan: Data berasal dari pertanyaan dengan *multiple answers*

Untuk melindungi produsen dalam negeri, usaha *eCommerce* yang melakukan kegiatan impor, juga perlu diperketat pengawasannya. Barang/jasa yang diimpor tersebut harus sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku di wilayah Indonesia. Hasil survei memberikan gambaran bahwa hanya 0,20 persen usaha *eCommerce* yang melakukan kegiatan impor dan 0,44 persen

usaha *eCommerce* yang melakukan kegiatan ekspor selama tahun 2022.



Gambar 17 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Kegiatan Ekspor dan Impor, 2022

2.11 Pelatihan Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pemasaran Secara Digital

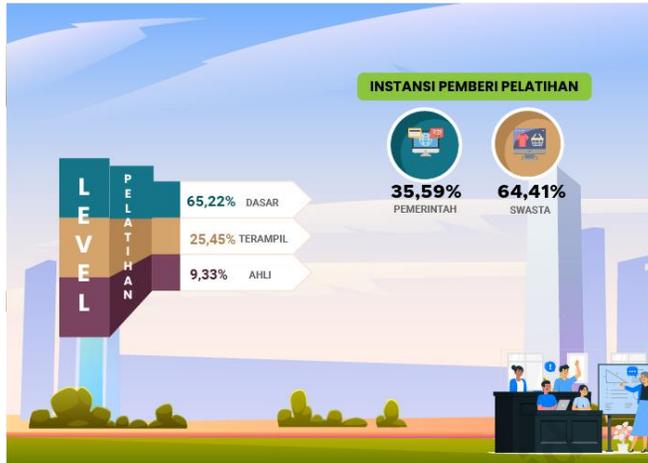
Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memberikan banyak dampak positif bagi perkembangan suatu usaha di era digital. TIK dapat digunakan oleh usaha sebagai media untuk mempromosikan potensi, keunikan, dan produk yang dihasilkan. Penguasaan berbagai macam media penjualan melalui internet seperti *website*, *email*, pesan instan, media sosial dan *marketplace/platform digital* sangatlah diperlukan bagi pelaku usaha *eCommerce*.



Survei *eCommerce* 2023 menunjukkan terdapat hanya 2,74 persen usaha yang pernah mendapat pelatihan terkait pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran secara digital. Dari usaha *eCommerce* yang mendapatkan pelatihan, sebesar 64,41 persen mendapatkan pelatihan dari pihak swasta dan 35,59 persen mendapatkan pelatihan dari pihak pemerintah. Ditinjau dari level pelatihannya, sebagian besar usaha *eCommerce* (65,22 persen) mengikuti pelatihan terkait pemanfaatan teknologi informasi pada level dasar.



Gambar 18 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Pelatihan yang Pernah Diikuti Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi, 2022



Gambar 19 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Instansi Pemberi Pelatihan dan Level Pelatihan, 2022

2.12 Jenis dan Pemanfaatan Layanan Internet

Karakteristik geografis Indonesia bukan merupakan suatu daratan utuh namun terpisah oleh pulau-pulau dari Sabang hingga Merauke. Pembangunan infrastruktur jaringan telekomunikasi seperti palapa ring merupakan proyek strategis yang dapat memperlancar konektivitas digital antar daerah, antar pulau, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi luar jawa yang notabene tertinggal dengan pulau jawa.

Palapa Ring adalah proyek pembangunan infrastruktur jaringan serat optik nasional yang bertujuan untuk pemerataan akses pita lebar (*broadband*) sepanjang 36.000 km. Proyek ini terdiri atas 7 (tujuh) lingkaran kecil serat optik yakni wilayah Sumatera, Jawa, Kalimantan, Nusa Tenggara, Papua, Sulawesi dan Maluku. Dengan adanya proyek ini diharapkan layanan



internet inter dan intra pulau besar di Indonesia dapat beroperasi lebih baik.

Layanan internet yang diteliti dalam survei ini terdiri dari empat macam yaitu: (a) paket data prabayar, (b) paket data pascabayar, (c) kabel dengan langganan bulanan, dan (d) internet umum.



Gambar 20 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Layanan Internet yang digunakan, 2022

Mayoritas usaha *eCommerce* menggunakan Paket Data Prabayar sebagai layanan internet untuk menunjang usahanya yaitu sebesar 97,70 persen. Jenis layanan internet lainnya yang digunakan dalam kegiatan usaha *eCommerce* adalah Kabel dengan Langganan Bulanan, seperti *First Media and Indihome*, sebesar 21,38 persen dan sebesar 5,44 persen usaha *eCommerce* menggunakan Internet Umum (*Public Wifi*).

Dalam hal pemanfaatan internet, 80,07 persen usaha *eCommerce* memanfaatkan internet untuk melakukan pemasaran, baik melalui media sosial ataupun *marketplace*. Komunikasi internal perusahaan menduduki posisi kedua sebesar 28,44 persen. Saat ini, manajemen pelanggan dapat dilakukan dengan cepat secara *online*, sehingga manajemen pelanggan pada usaha *eCommerce* juga merupakan hal yang penting dan menempati posisi ketiga pemanfaatan internet, yaitu sebesar 24,17 persen.



Gambar 21 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Pemanfaatan Layanan Internet yang Digunakan, 2022

2.13 Kendala Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kendala usaha adalah faktor atau keadaan yang membatasi, menghalangi, atau mencegah pencapaian sasaran suatu usaha. Sebanyak 38,16 persen usaha *eCommerce* mengaku mengalami kekurangan modal dalam menjalankan kegiatan usaha selama tahun 2022. Kemudian sebanyak 27,75 persen usaha *eCommerce* menyatakan

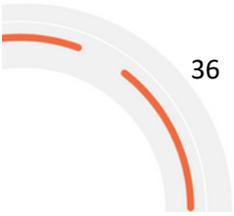


kurangnya permintaan barang dan jasa merupakan kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha.



Gambar 22 Persentase Usaha *eCommerce* menurut Kendala Utama, 2022

<https://sulut.bps.go.id>

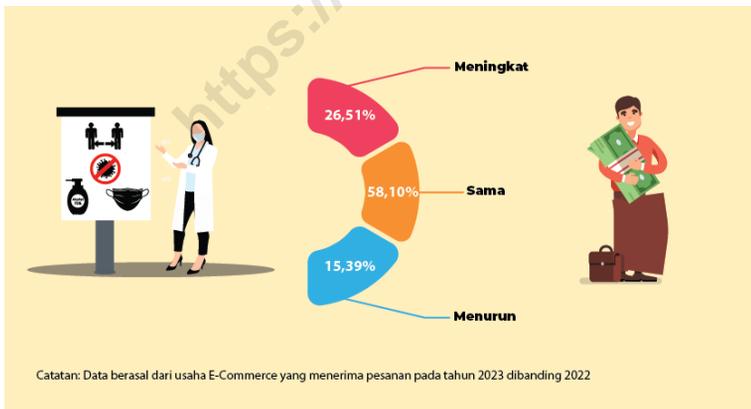




BAB III
DAMPAK PANDEMI COVID-19
TERHADAP USAHA ECOMMERCE

BAB 3. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Usaha *eCommerce*

Pandemi COVID-19 yang telah berlangsung selama lebih dari tiga tahun telah berdampak pada kehidupan sosial dan mengganggu aktivitas ekonomi global, termasuk Indonesia, khususnya lagi di Sulawesi Utara. Namun, dengan menerapkan kebijakan *new-normal*, perekonomian Indonesia secara bertahap dapat pulih kembali. Upaya menghidupkan perekonomian Indonesia secara fundamental dilakukan melalui transformasi, penerapan strategi yang tepat, serta melibatkan seluruh dunia usaha, masyarakat dan pemerintah, menjadi kunci pemulihan ekonomi nasional.

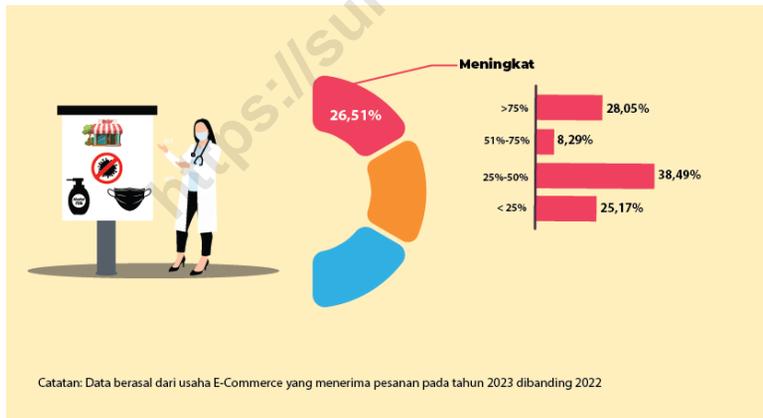


Gambar 23 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Pendapatan Usaha, 2023



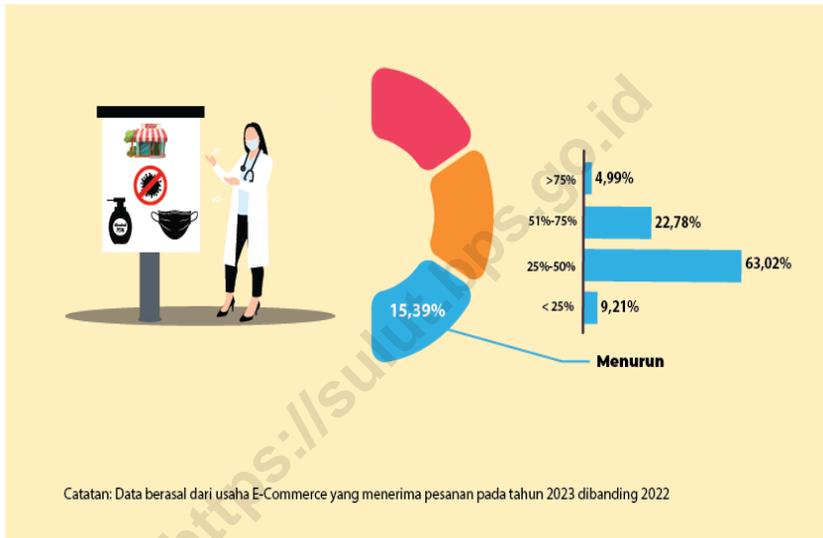
Berdasarkan hasil Survei *eCommerce* 2023, sebanyak 15,39 persen pelaku usaha mengalami penurunan pendapatan usaha, sedangkan yang mengalami peningkatan sekitar 26,51 persen, dan melewati separuh, yaitu sekitar 58,10 persen pelaku usaha mengaku tidak terpengaruh pandemi COVID-19 atau pendapatannya sama dengan tahun 2022.

Jika dilihat dari komposisi usaha *eCommerce* yang pendapatannya meningkat, sebanyak 25,17 persen pendapatan meningkat kurang dari 25 persen, sebesar 38,49 persen pendapatan meningkat antara 25 hingga 50 persen, dan 8,29 persen pendapatan meningkat 51 hingga 75 persen, serta 28,05 persen pendapatan meningkat lebih dari 75 persen.



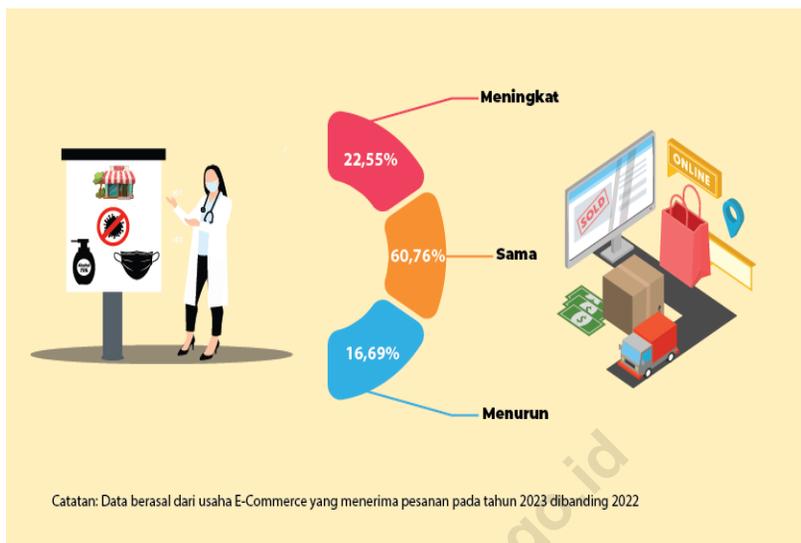
Gambar 24 Persentase Usaha *eCommerce* dengan Pendapatan Meningkat Akibat Pandemi COVID-19, 2023

Jika dilihat dari sisi penurunan pendapatan, terdapat 9,21 persen usaha *eCommerce* yang pendapatannya menurun kurang dari 25 persen. Persentase penurunan pendapatan 25 hingga 50 persen dialami sebanyak 63,02 persen usaha, penurunan 51 hingga 75 persen dialami 22,78 persen usaha, dan hanya 4,99 persen usaha mengalami penurunan lebih dari 75 persen.



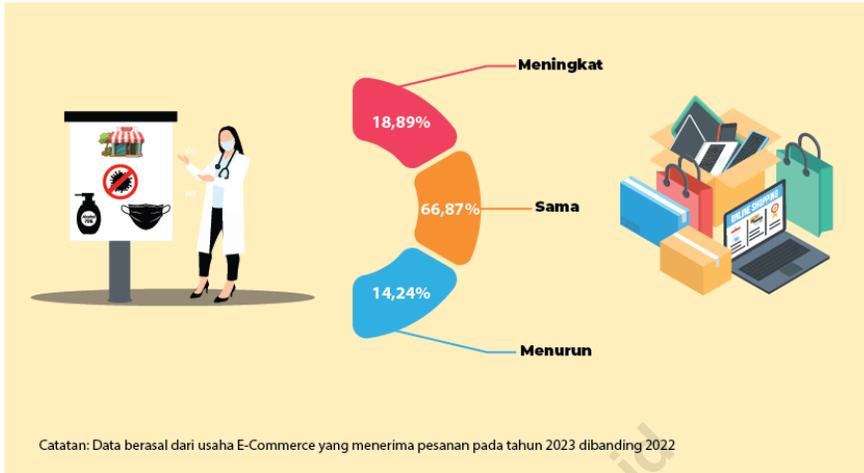
Gambar 25 Persentase Usaha *eCommerce* dengan Pendapatan Menurun Akibat Pandemi COVID-19, 2023

Selama masa pemulihan COVID-19 pada tahun 2023, tercatat 60,76 persen usaha *eCommerce* yang volume transaksinya sama dengan volume transaksi ditahun 2022, selanjutnya sebesar 22,55 persen usaha *eCommerce* yang mengalami peningkatan volume transaksi, dan hanya sekitar 16,69 persen usaha yang mengalami penurunan volume transaksi.



Gambar 26 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Volume Transaksi *eCommerce*, 2023

Selain penurunan pendapatan dan volume transaksi, terlihat juga bahwa pandemi COVID-19 sedikit mempengaruhi kelancaran pendistribusian barang dari usaha *eCommerce*. Sebesar 14,24 persen usaha yang mengalami penurunan dalam hal kelancaran pendistribusian barang, dan lebih dari separuh atau sebesar 66,87 persen usaha yang kelancaran pendistribusian barangnya tidak terpengaruh sama sekali atau sama dengan tahun 2022. Namun, ada sekitar 18,89 persen usaha *eCommerce* yang kelancaran pendistribusian barangnya justru meningkat dibandingkan tahun 2022.



Gambar 27 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kelancaran Pendistribusian Barang, 2023



BAB IV STATISTIK PROFIL USAHA ECOMMERCE PROVINSI SULAWESI UTARA

BAB 4. Statistik Profil Usaha eCommerce Provinsi Sulawesi Utara

Tabel 1 Estimasi Jumlah, Persentase dan *Relative Standard Error* Usaha eCommerce, 2022

Wilayah	Estimasi Jumlah Usaha	Persentase Usaha	<i>Relative Standard Error</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Sulawesi Utara	20.366	0,68	20,91

Keterangan: Data merupakan hasil estimasi tingkat nasional

Tabel 2 Persentase Usaha eCommerce dan Non-eCommerce di Provinsi Sulawesi Utara, 2022 dan 2023

Periode	Persentase Usaha		Total
	eCommerce	Non eCommerce	
(1)	(2)	(3)	(4)
s.d. 31 Desember 2022	32,48	67,52	100,00
s.d 28 Februari 2023	31,22	68,78	100,00

Keterangan: Data berasal dari *listing* usaha, bukan merupakan hasil estimasi tingkat nasional

Tabel 3 Persentase Usaha eCommerce Menurut Alasan Tidak Menerima Pesanan/Melakukan Transaksi melalui Internet di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Alasan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Tidak tertarik berjualan <i>online</i>	40,49
2	Lebih nyaman berjualan <i>offline</i>	72,45
3	Kekhawatiran tentang keamanan	0,94
4	Kekhawatiran tentang privasi	2,45
5	Kekhawatiran tentang persoalan teknis	2,88



6	Kekhawatiran tentang persoalan kepercayaan	4,62
7	Kurang pengetahuan atau keahlian	19,52
8	Baru mulai berjualan tahun 2023 atau selama tahun 2022 tidak ada transaksi penjualan <i>online</i>	2,22

Catatan: Data berasal dari pertanyaan dengan *multiple answers*

Tabel 4 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Umur Penanggung Jawab/Pemilik Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

Umur Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha	Persentase
(1)	(2)
15-24 Tahun	4,27
25-34 Tahun	23,97
35-44 Tahun	32,17
45-54 Tahun	26,05
>=55 Tahun	13,54
Total	100,00

Tabel 5 Persentase Penanggung Jawab/Pemilik Usaha dan Tenaga Kerja Usaha *eCommerce* Menurut Gender di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

Pelaku Usaha	Gender		Total
	Laki-laki	Perempuan	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha	37,36	62,64	100,00
Tenaga Kerja	44,66	55,34	100,00

Tabel 6 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/Pemilik Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	SMA/SMK Sederajat kebawah	74,93
2	Diploma I/II/III	4,17
3	Diploma IV/S1	17,65
4	S2/S3	3,25
Total		100,00

Tabel 7 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Kategori di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Kategori	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	A: Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3,19
2	C: Industri Pengolahan	21,70
3	G: Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	28,75
4	H: Pengangkutan dan Perdagangan	4,33
5	I : Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum	27,09
6	J: Informasi dan Komunikasi	5,03
7	M: Aktivitas Profesional, Ilmiah, dan Teknis	0,47
8	N: Aktivitas Penyewaan dan Sewa Guna Usaha	1,91



9	P : Pendidikan	0,12
10	Q: Aktivitas Kesehatan Manusia dan Aktivitas Sosial	1,12
11	R: Kesenian, Hiburan dan Rekreasi	0,51
12	S: Jasa Lainnya	5,78
Total		100,00

Tabel 8 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Tahun Mulai Beroperasi Secara Komersial dan Tahun Mulai Melakukan *eCommerce* di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

Mulai Kegiatan	Tahun			Total
	<2020	2020-2021	2022	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Mulai Beroperasi Secara Komersial	59,33	27,75	12,92	100,00
Mulai Melakukan <i>eCommerce</i>	42,98	37,36	19,66	100,00

Tabel 9 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Nilai Pendapatan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

Uraian	Nilai Pendapatan				Total
	<300 Jt	300Jt - < 2,5 M	2,5 M - 50 M	> 50 M	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Nilai Pendapatan Total	90,09	8,63	1,28	-	100,00
Nilai Pendapatan dari <i>Marketplace</i>	98,67	1,33	-	-	100,00
Nilai Pendapatan Selain <i>Marketplace</i>	96,77	2,87	0,36	-	100,00

Tabel 10 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Peran Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Peran Usaha <i>eCommerce</i>	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Penjual/ <i>Seller</i>	82,45
2	Penjual Kembali/ <i>Reseller</i>	16,82
3	Perantara penjual dan pembeli/ <i>Dropshipper</i>	0,73
Total		100,00

Tabel 11 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Pelanggan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Jenis Pelanggan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Konsumen Akhir	69,53
2	Agen/ Usaha Lain	0,35
3	Konsumen Akhir Dan Agen/Usaha Lain	30,12
Total		100,00

Tabel 12 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Barang/Jasa yang Dijual di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Jenis Barang/Jasa yang Dijual	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Buku, majalah, koran, dan alat tulis kantor (ATK), percetakan/sablon, jasa desain logo/cover buku, fotokopi	2,36
2	<i>Fashion</i>	15,55



3	Handphone, pulsa telepon, komputer, tablet, dan aksesorisnya, termasuk jasa servisnya	6,95
4	Hiburan, <i>hobby</i> , dan olahraga serta perlengkapan upacara keagamaan	3,52
5	Kosmetik, perlengkapan mandi personal, klinik kecantikan, salon/cukur rambut, rias pengantin	5,92
6	Makanan, minuman, dan produk pertanian serta hasil olahannya	52,96
7	Obat-obatan termasuk obat herbal, tradisional, jamu, alat kesehatan, dan jasa kesehatan termasuk pupuk, pestisida serta alat pertanian	2,08
8	Barang-barang elektronik	1,07
9	Kebutuhan rumah tangga	5,94
10	Alat transportasi	2,46
11	Bahan bangunan dan perlengkapan kelistrikan	0,79
12	Jasa transportasi dan jasa pengiriman barang	3,92
13	Jasa akomodasi	1,58
14	Jasa profesi termasuk pendidikan, arsitek, pengacara dan jasa profesi lainnya	2,73

Catatan: Data berasal pertanyaan dengan *multiple answer*

Tabel 13 Persentase Usaha eCommerce Menurut Media Penjualan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Media Penjualan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	<i>Website</i>	1,45
2	<i>E-mail</i>	5,60
3	Pesan Instan	75,96
4	Media Sosial	89,28
5	<i>Marketplace</i>	13,09

Keterangan: Data berasal dari pertanyaan dengan *multiple answer*

Tabel 14 Persentase Usaha eCommerce Menurut Metode Pembayaran yang Sering Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Metode Pembayaran	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Pembayaran dengan tunai (<i>Cash on Delivery</i>)	90,15
2	Pembayaran dengan Transfer Bank (ATM, <i>Internet Banking, Mobile Banking</i>)	8,39
3	Pembayaran dengan Kartu (debit/kredit/ kartu uang elektronik)	0,68
4	<i>E-Wallet</i> (Contoh: Ovo, Dana, GoPay, LinkAja, Kredivo, Akulaku, Paylater, dsb)	0,78
Total		100,00



Tabel 15 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Metode Pengiriman yang Sering Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Metode Pengiriman yang Sering Digunakan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Pengiriman langsung ke pembeli oleh pihak penjual	64,85
2	Pengiriman langsung ke pembeli dengan menggunakan jasa pengiriman (Pos, TIKI, GoSend, dsb)	3,16
3	Pengambilan pesanan langsung di toko atau dititik penjemputan tertentu	31,32
4	Men- <i>download</i> dari <i>website</i> , aplikasi, <i>software</i> , atau lainnya	0,67
Total		100,00

Tabel 16 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Layanan Internet yang Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Jenis Layanan Internet yang Digunakan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Paket data Prabayar	97,70
2	Paket data Pascaprabayar	1,97
3	Kabel dengan langganan bulanan	21,38
4	Internet Umum	5,44
Total		100,00

Catatan: Data berasal dari pertanyaan dengan *multiple answers*

Tabel 17 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Keperluan Pemanfaatan Internet di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Keperluan Pemanfaatan Internet	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Pemesanan atau pembelian bahan baku	25,51
2	Manajemen keuangan perusahaan	7,75
3	Manajemen SDM	5,65
4	Akses permodalan	3,30
5	Komunikasi internal perusahaan	28,44
6	Manajemen pelanggan	24,17
7	Pemasaran	80,07
8	Pembayaran menggunakan sistem elektronik	14,20
9	Pengiriman	13,17

Catatan: Data berasal dari pertanyaan dengan *multiple answers*

Tabel 18 Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Kendala Utama di Provinsi Sulawesi Utara, 2022

No	Kendala Utama	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Kurangnya permodalan	38,16
2	Kurangnya tenaga kerja terampil	6,97
3	Keterbatasan akses internet	8,67
4	Kecurangan dalam proses jual beli	4,64
5	Kurangnya permintaan barang atau jasa	27,75
6	Keterbatasan Jasa Pengiriman	6,18
7	Lainnya	7,63
Total		100,00



<https://sulut.bps.go.id>

Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik. 2023. *Statistik E-Commerce 2022/2023*. Jakarta: BPS.

Badan Pusat Statistik. 2023. *Pedoman Pengawasan dan Pencacahan Survei E-Commerce 2023*. Jakarta: BPS.

Pemerintah Indonesia. 2017. Peraturan Presiden (Perpres) No. 74 tahun 2017 mengenai Peta Jalan Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik atau SPNBE. Lembaran RI Tahun 2017, No 176. Sekretariat Negara. Jakarta.

Pemerintah Indonesia. 2020. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran RI Tahun 2017, No 498. Sekretariat Negara. Jakarta.

Vincenzo Spiezia. 2017. *Measuring E-Commerce Some New Developments. United Kingdom*.

ST 2023
SENSUS PERTANIAN

BerAKHLAK
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten
Harmonis Loyal & Adaptif Kolaboratif

**# bangga
melayani
bangsa**

<https://sulut.bps.go.id>

DATA

MENCERDASKAN BANGSA



**BADAN PUSAT STATISTIK
PROVINSI SULAWESI UTARA**

Jl. 17 Agustus, Manado, 95119
Telp. (0431) 874047, E-mail: bps7100@bps.go.id
Website: <https://sulut.bps.go.id>