

# STATISTIK *eCommerce*



*Provinsi Sulawesi Utara*  
**2021**





# STATISTIK *eCommerce*

*Provinsi Sulawesi Utara*  
**2021**



BADAN PUSAT STATISTIK  
PROVINSI SULAWESI UTARA

## **Statistik eCommerce Provinsi Sulawesi Utara 2021**

No. Publikasi: 71000.2347

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

Dicetak oleh:

CV. Bahu Bahtera Indah

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 2021**

#### **Pengarah**

Asim Saputra, SST, M.Ec.Dev

#### **Penanggung Jawab**

Ririn Hidayati, S.Si, MPP, MSE

#### **Penyunting**

Erna Kusumawati, SST

#### **Penulis/Pengolah Data**

Dading, S.Si

Nurfadhila Fahmi Utami, S.Si

#### **Desain dan Tata Letak**

Prima Puspita Indra Murti, SST

*Halaman Sengaja Dikosongkan*

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

## Kata Pengantar



Publikasi Statistik *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2021 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* 2021 yang mencakup aktivitas usaha *eCommerce* selama tahun 2020. 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* 2021 ini. Semoga publikasi ini dapat membawa manfaat bagi semua pihak dan bagi perkembangan statistik nasional. Saran konstruktif dapat disampaikan demi penyempurnaan publikasi mendatang.

Manado, Desember 2023  
Kepala Badan Pusat Statistik  
Provinsi Sulawesi Utara

A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, cursive letters that appear to read 'Asim Saputra'.

Asim Saputra

*Halaman Sengaja Dikосongkan*

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

## Daftar Isi

### Statistik *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2021

Kata Pengantar.....	V
Daftar Isi .....	VII
Daftar Gambar.....	IX
Daftar Tabel.....	XIII
Ringkasan Eksekutif .....	XIII
Bab 1. Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	3
1.2 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.3 Cakupan atau Ruang Lingkup .....	4
1.4 Konsep dan Definisi .....	5
1.5 Penyajian Data.....	9
Bab 2. Profil Usaha <i>eCommerce</i> .....	12
2.1 Pelaku Usaha <i>eCommerce</i> .....	13
2.2 Penanggung Jawab dan Tenaga Kerja Usaha .....	15
2.3 Kategori/Lapangan Usaha.....	18
2.4 Tahun Mulai Beroperasi dan Mulai Usaha <i>eCommerce</i> .....	19
2.5 Pendapatan dan Pengeluaran Usaha.....	21
2.6 Peran Usaha dan Jenis Pelanggan .....	23
2.7 Jenis Barang/Jasa yang Dijual .....	25
2.8 Media Penjualan.....	27
2.9 Metode Pembayaran.....	28
2.10 Metode dan Wilayah Pengiriman .....	29
2.11 Pelatihan Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pemasaran Secara Digital .....	32
2.12 Jenis dan Pemanfaatan Layanan Internet .....	34

2.13 Kendala Usaha .....	37
BAB 3. Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Usaha <i>eCommerce</i> .	39
BAB 4. Statistik Profil Usaha <i>eCommerce</i> Provinsi Sulawesi Utara..	45
Daftar Pustaka.....	57

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

## Daftar Gambar

Gambar 1. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> , Tahun 2020 dan 2021.....	13
Gambar 2. Persentase Usaha yang Tidak Melakukan <i>eCommerce</i> menurut Alasan, Tahun 2020 .....	14
Gambar 3. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Umur Penanggung Jawab/Pemilik Usaha, Tahun 2020 .....	16
Gambar 4. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Gender Penanggung Jawab/Pemilik Usaha dan Tenaga Kerja Usaha, Tahun 2020 .....	17
Gambar 5. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/Pemilik Usaha, Tahun 2020 .....	18
Gambar 6. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Kategori /Lapangan Usaha, Tahun 2020 .....	19
Gambar 7. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Selisih Tahun Mulai <i>eCommerce</i> dengan Tahun Mulai Beroperasi, Tahun 2021. ....	20
Gambar 8. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Kepemilikan Laporan Keuangan, Tahun 2020 .....	22
Gambar 9. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Kategori Nilai Pendapatan Total, Tahun 2020.....	23
Gambar 10. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Peran Usaha, Tahun 2020 .....	24
Gambar 11. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Pelanggan, Tahun 2020 .....	25

Gambar 12. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Barang dan Jasa yang Dijual, Tahun 2020 .....	26
Gambar 13. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Media Penjualan, Tahun 2020 .....	27
Gambar 14. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Metode Pembayaran yang Sering Digunakan, Tahun 2020 .....	29
Gambar 15. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Metode Pengiriman yang Sering Digunakan, Tahun 2020 .....	30
Gambar 16. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Wilayah Pengiriman, Tahun 2020 .....	31
Gambar 17. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Kegiatan Ekspor dan Impor, Tahun 2020 .....	32
Gambar 18. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Pelatihan yang Pernah Diikuti Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi, Tahun 2020 .....	33
Gambar 19. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Instansi Pemberi Pelatihan dan Level Pelatihan, Tahun 2020 .....	34
Gambar 20. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Layanan Internet yang Digunakan, Tahun 2020 .....	35
Gambar 21. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Pemanfaatan Layanan Internet yang Digunakan, Tahun 2020 .....	36
Gambar 22. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Kendala Utama, Tahun 2020.....	37
Gambar 23. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Pendapatan Usaha, Tahun 2020..	41
Gambar 24. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> dengan Pendapatan Meningkat Akibat Pandemi COVID-19, Tahun 2021 .....	42

Gambar 25. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> dengan Pendapatan Menurun Akibat Pandemi COVID-19, Tahun 2021 .....	43
Gambar 26. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Volume Transaksi <i>eCommerce</i> , Tahun 2021 .....	43
Gambar 27. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kelancaran Pendistribusian Barang, Tahun 2021 .....	44

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

*Halaman Sengaja Dikosongkan*

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

## Daftar Tabel

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Usaha <i>eCommerce</i> , 2020.....	47
Tabel 2. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	47
Tabel 3. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Alasan Tidak Menerima Pesanan/Melakukan Transaksi melalui Internet di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	47
Tabel 4. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Umur Penanggung Jawab/Pemilik Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2020.....	48
Tabel 5. Persentase Penanggung Jawab/Pemilik Usaha dan Tenaga Kerja Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Gender di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	48
Tabel 6. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/Pemilik Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	49
Tabel 7. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Lapangan Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	49
Tabel 8. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Tahun Mulai Beroperasi Secara Komersial dan Tahun Mulai Melakukan <i>eCommerce</i> di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	50
Tabel 9. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Nilai Pendapatan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020.....	50
Tabel 10. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Peran Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2020.....	51

Tabel 11. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Pelanggan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	51
Tabel 12. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Barang/Jasa yang Dijual di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	52
Tabel 13. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Media Penjualan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	53
Tabel 14. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Metode Pembayaran yang Sering Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020.....	53
Tabel 15. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Metode Pengiriman yang Sering Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020.....	54
Tabel 16. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Jenis Layanan Internet yang Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	54
Tabel 17. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Keperluan Pemanfaatan Internet di Provinsi Sulawesi Utara, 2020.....	55
Tabel 18. Persentase Usaha <i>eCommerce</i> Menurut Kendala Utama di Provinsi Sulawesi Utara, 2020 .....	56

## Ringkasan Eksekutif

Publikasi Statistik *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2021 merupakan publikasi yang disusun berdasarkan hasil Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2021. Cakupan Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2021 adalah usaha yang menggunakan internet untuk menerima pesanan atau melakukan penjualan barang dan/atau jasa selama tahun 2020.

Tahap pertama dalam Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2021 adalah melakukan listing terhadap 104 blok sensus terpilih pada 6 Kabupaten/Kota di Sulawesi Utara. Tahap selanjutnya dilakukan wawancara pada usaha yang menjadi sampel terpilih.

Hasil survei menunjukkan jumlah usaha *eCommerce* di Provinsi Sulawesi Utara pada tahun 2020 sebanyak 12.133 usaha. Sebagian besar pelaku usaha *eCommerce* di Provinsi Sulawesi Utara mempunyai karakteristik utama sebagai berikut:

1. Mayoritas menggunakan pesan instan dan media sosial sebagai media penjualan;
2. Nilai pendapatan total maupun *eCommerce* dibawah 300 juta rupiah;
3. Metode pembayaran yang paling sering digunakan adalah *Cash on Delivery* (COD) atau pembayaran secara tunai.

Beberapa informasi penting terkait hasil Survei *eCommerce* 2021 adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas umur penanggung jawab/pemilik usaha *eCommerce* berada dalam rentang 24-39 tahun (44,38 persen). Fenomena ini menunjukkan penanggung jawab/pemilik usaha *eCommerce* merupakan penduduk generasi milenial yang banyak berinteraksi dengan pesatnya perkembangan teknologi, termasuk juga *eCommerce*.
2. Usaha yang termasuk Kategori G (Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor) mendominasi kegiatan *eCommerce*, dengan persentase sebesar 43,69 persen.
3. Hampir separuh atau 50,26 persen usaha langsung melakukan kegiatan *eCommerce* saat baru mulai beroperasi. Kemudian sebanyak 20,32 persen usaha baru mulai kegiatan *eCommerce* setelah lebih dari 5 tahun setelah kegiatan operasional dimulai.
4. Pada tahun 2020, hanya 14,62 persen usaha *eCommerce* yang memiliki laporan keuangan, sedangkan sisanya (85,38 persen) tidak memiliki.
5. Terdapat 9,09 persen usaha *eCommerce* yang melakukan promosi dan atau penjualan/pembelian melalui *marketplace*, sedangkan sisanya menggunakan *website*, *email*, pesan instan dan media sosial sebagai media promosi dan atau penjualan/pembelian *online*. Pada usaha yang tidak menggunakan *marketplace*, 75,93 persen usaha menggunakan pesan instan sebagai media promosi dan atau penjualan/pembelian secara *online*.

6. Sebanyak 90,24 persen usaha *online* hanya menjual produk ke konsumen akhir. 9,76 persen melakukan penjualan baik ke konsumen akhir maupun ke agen.
7. Sebagian besar usaha *eCommerce* (94,30 persen) di hampir semua lapangan usaha, menggunakan metode pembayaran langsung atau *Cash on Delivery* (COD).
8. Lebih dari separuh usaha *eCommerce* di Sulawesi Utara mengirimkan langsung produknya kepada pembeli (79,62 persen). Sisanya dilakukan dengan cara pembeli mengambil langsung pesanan di toko atau di titik penjemputan tertentu, pengiriman melalui jasa pengiriman dan link download.
9. Hanya sebesar 0,49 persen usaha *eCommerce* yang melakukan ekspor perdagangan. Hasil survei juga menunjukkan bahwa sebanyak 1,27 persen usaha *eCommerce* melakukan kegiatan impor selama tahun 2020.
10. Terdapat 2,35 persen usaha *eCommerce* yang pernah mendapat pelatihan terkait pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran secara digital, sedangkan 100 persen mengaku mendapatkan pelatihan dari instansi swasta.
11. Mayoritas usaha *eCommerce* (91,63 persen) menggunakan paket data prabayar (seperti Telkomsel, XL, dan Indosat) sebagai layanan internet untuk menunjang usahanya.
12. Kendala utama yang dialami dalam menjalankan kegiatan usaha *eCommerce* selama tahun 2020 didominasi oleh kurangnya permintaan barang dan jasa dan kurangnya permodalan dengan *share* masing-masing sebesar 41,41 persen dan 41,61 persen.

*Halaman Sengaja Dikосongkan*

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

# BAB 1

## PENDAHULUAN



Penjualan atau pembelian barang dan 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. (OECD, 2009)



## PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Metode Pengumpulan Data
- 1.3 Cakupan atau Ruang Lingkup
- 1.4 Konsep dan Definisi
- 1.5 Penyajian Data

## 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*.

Metode pendataan *eCommerce* yang dilakukan pada tahun 2021 menyesuaikan perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) di era digital saat ini. TIK diperlukan dalam metode pengumpulan data agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat di era digital saat ini. Pendataan *eCommerce* 2021 menggunakan metode *Go Digital*, dengan berbasis CAPI (*Computer Assisted Personal Interviewing*). 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 2021 dilaksanakan di 6 kabupaten/kota, mencakup 104 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 2020. Kategori usaha yang dicakup adalah A, C, G, H, I, J, M, N, P (kecuali Pendidikan Formal), Q, R, dan S.

Cakupan Survei *eCommerce* 2021 sebanyak 104 blok sensus dan 12.133 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*, ektranet 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* 2021 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 2020 dan 2021, serta tabel 2 yaitu persentase usaha bukan *eCommerce* menurut alasan tidak menerima pesanan/melakukan transaksi melalui internet, tahun 2020 dan 2021, yang merupakan hasil listing.

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

# BAB 2

## PROFIL USAHA E-COMMERCE





## PROFIL USAHA E-COMMERCE

- 2.1 Pelaku Usaha *eCommerce*
- 2.2 Penanggung Jawab dan Tenaga Kerja Usaha
- 2.3 Kategori/Lapangan Usaha
- 2.4 Tahun Mulai Beroperasi dan Mulai Usaha *eCommerce*
- 2.5 Pendapatan dan Pengeluaran Usaha
- 2.6 Peran Usaha dan Jenis Pelanggan
- 2.7 Jenis Barang/Jasa yang Dijual
- 2.8 Media Penjualan
- 2.9 Metode Pembayaran
- 2.10 Metode dan Wilayah Pengiriman
- 2.11 Pelatihan Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Pemasaran secara Digital
- 2.12 Jenis dan Pemanfaatan Layanan Internet
- 2.13 Kendala Usaha

## Bab 2. Profil Usaha eCommerce

### 2.1 Pelaku Usaha eCommerce

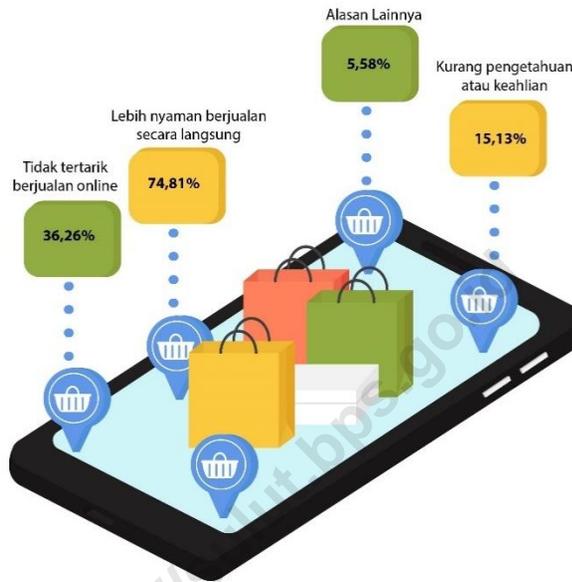
Hasil pendataan survei eCommerce 2021 menunjukkan bahwa dari seluruh usaha yang dilakukan pendataan, sampai dengan 31 Desember 2020 tercatat 22,80 persen melakukan kegiatan eCommerce, sementara sampai dengan 30 Juni 2021 tercatat 23,16 persen. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun ada kenaikan, namun usaha 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, Tahun 2020 dan 2021

Dari seluruh usaha yang tidak melakukan kegiatan eCommerce pada tahun 2020, sebanyak 74,81 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, Tahun 2020

Secara umum, hasil pendataan menunjukkan perilaku 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;

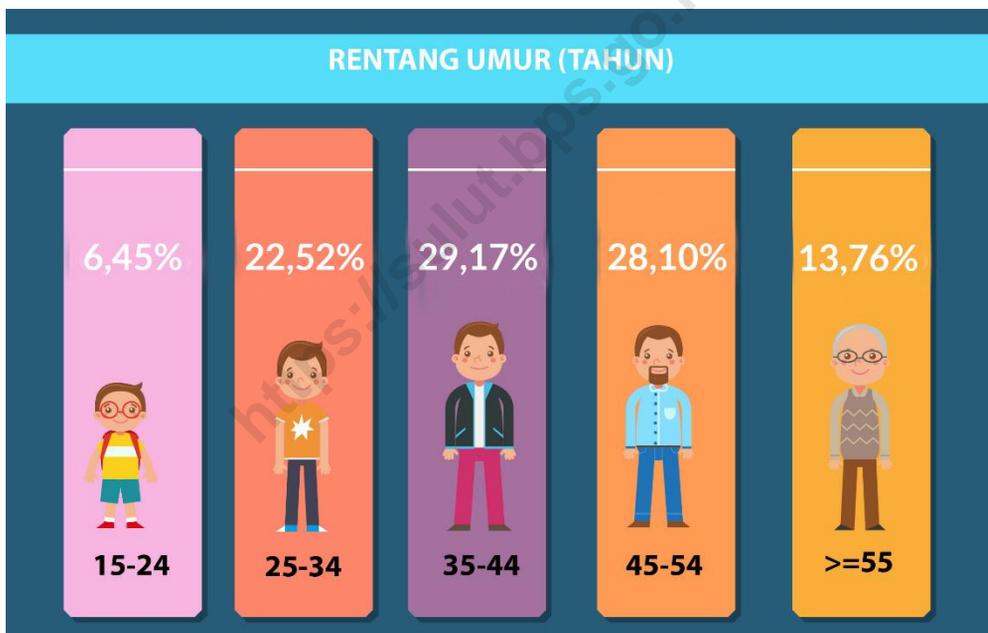
- Mayoritas usaha tidak memiliki laporan keuangan;
- Metode pembayaran yang paling sering digunakan adalah pembayaran secara tunai atau *Cash on Delivery* (COD);
- Pengiriman langsung sebagai metode pengiriman yang paling sering digunakan;
- Wilayah pengiriman barang masih dalam pulau yang sama dengan domisili usaha.

## 2.2 Penanggung Jawab dan Tenaga Kerja Usaha

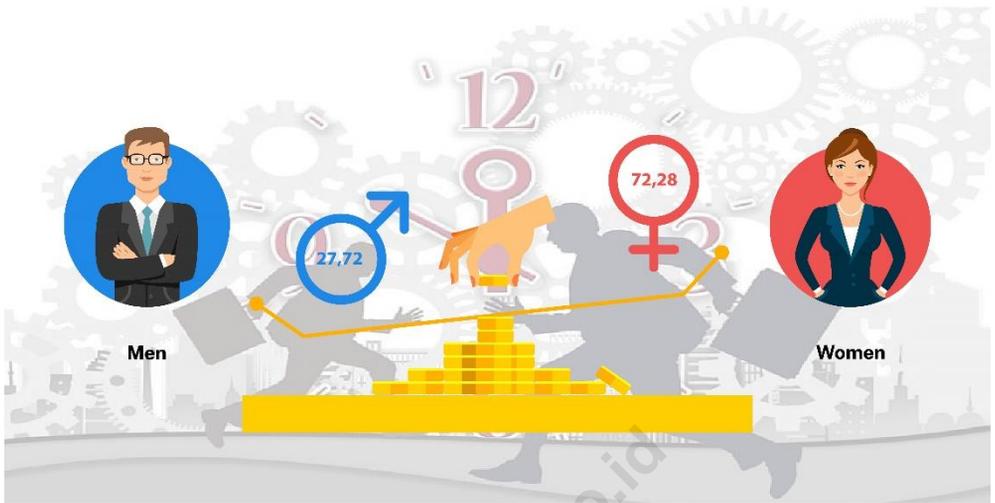
Fenomena kehadiran pasar *online* atau *eCommerce* diharapkan menciptakan peluang ekonomi baru bagi individu-individu untuk menjadi *entrepreneur* baru yang ke depannya diharapkan dapat memperluas lapangan pekerjaan. Pasar *online* atau *eCommerce* merupakan sebuah model bisnis yang memudahkan konsumen 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 (29,17 persen) dan 45-54 tahun (28,10 persen). Hal ini menunjukkan bahwa penanggung jawab/pemilik usaha *eCommerce* mayoritas merupakan Generasi Milenial yang banyak berinteraksi dengan pesatnya perkembangan teknologi, termasuk juga *eCommerce*.



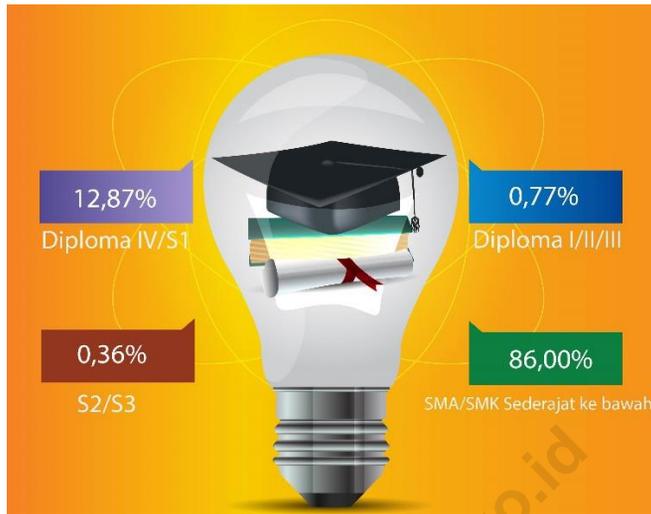
Gambar 3. Persentase Usaha *eCommerce* menurut Umur Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha, Tahun 2020



Gambar 4. Persentase Usaha *eCommerce* menurut Gender Penanggung Jawab/Pemilik Usaha dan Tenaga Kerja Usaha, Tahun 2020

Jika ditinjau dari sisi gender, hasil Survei *eCommerce* 2021 menunjukkan 72,28 persen penanggung jawab dan tenaga kerja usaha memiliki gender perempuan.

Berdasarkan tingkat pendidikan, mayoritas usaha *eCommerce* di Indonesia mempunyai penanggung jawab/pemilik usaha berpendidikan SMA/SMK sederajat ke bawah (sebanyak 86,00 persen), diikuti sebanyak 12,87 persen usaha mempunyai penanggung jawab/pemilik berpendidikan Diploma IV/S1.



Gambar 5. Persentase Usaha *eCommerce* menurut Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha, Tahun 2020

### 2.3 Kategori/Lapangan Usaha

Kegiatan *eCommerce* tidak hanya dilakukan oleh usaha yang tercakup dalam kategori perdagangan saja. Namun demikian, hampir separuh dari keseluruhan usaha (43,69 persen) didominasi oleh usaha yang termasuk dalam Kategori G (Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor). Kegiatan usaha *eCommerce* terbesar kedua (24,03 persen) adalah dari Kategori I (Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum). Sementara itu, usaha yang tercakup dalam Kategori C (Industri Pengolahan) dengan persentase sebesar 22,01 persen, merupakan usaha *eCommerce* terbesar ketiga berdasarkan hasil Survei *eCommerce* Provinsi Sulawesi Utara 2021.



Gambar 6. Persentase Usaha *eCommerce* menurut Kategori/ Lapangan Usaha, Tahun 2020

## 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 *cuaca* 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* 2021 di Provinsi Sulawesi Utara, dimana setiap tahun terjadi peningkatan jumlah usaha yang baru beroperasi dan langsung *go online*. Tercatat 61,31 persen usaha baru mulai beroperasi pada rentang tahun 2017 - 2020. Sebanyak 24,72 persen usaha sudah memulai usahanya pada rentang tahun 2010 - 2016, dan hanya 13,97 persen usaha yang sudah beroperasi lebih dari sepuluh tahun.



Gambar 7. Persentase Usaha *eCommerce* menurut Selisih Tahun Mulai *eCommerce* dengan Tahun Mulai Beroperasi, Tahun 2021

Jika dibandingkan antara tahun mulai beroperasi dengan tahun mulai melakukan kegiatan *eCommerce*, fenomena menarik

yang dapat dilihat adalah 50,27 persen usaha langsung melakukan kegiatan *eCommerce* saat baru mulai beroperasi. Sebanyak 19,25 persen usaha baru memulai kegiatan *eCommerce* 1-2 tahun setelah beroperasi, sejumlah 10,16 persen usaha baru memulai kegiatan *eCommerce* setelah beroperasi 3-5 tahun, dan 20,32 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* 2021, hanya 14,62 persen usaha *eCommerce* yang memiliki laporan keuangan, sedangkan 85,38 persen tidak memiliki.



Gambar 8. Persentase Usaha *eCommerce* menurut Kepemilikan Laporan Keuangan, Tahun 2020

Nilai pendapatan total merupakan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan barang/jasa, baik penjualan secara langsung maupun *online* selama tahun 2020. Berdasarkan hasil Survei *eCommerce* 2021, sebagian besar usaha *eCommerce* merupakan usaha berpendapatan kurang dari 300 juta rupiah per tahun, dengan jumlah proporsi usaha sebanyak 89,67 persen dari keseluruhan usaha *eCommerce*.

Dari sisi pendapatan *online*, sebanyak 29,50 persen usaha mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya, sedangkan 70,50 persen usaha tidak mengalami perubahan pendapatan.



Gambar 9. Persentase Usaha eCommerce menurut Nilai Pendapatan Total, Tahun 2020

## 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 2020 didominasi oleh penjual (*seller*) sebesar 73,85 persen, kemudian diikuti oleh penjual kembali (*reseller*) 21,64 persen, dan perantara penjual dan pembeli (*dropshipper*) 4,51 persen.



Gambar 10. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Peran Usaha, Tahun 2020

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.

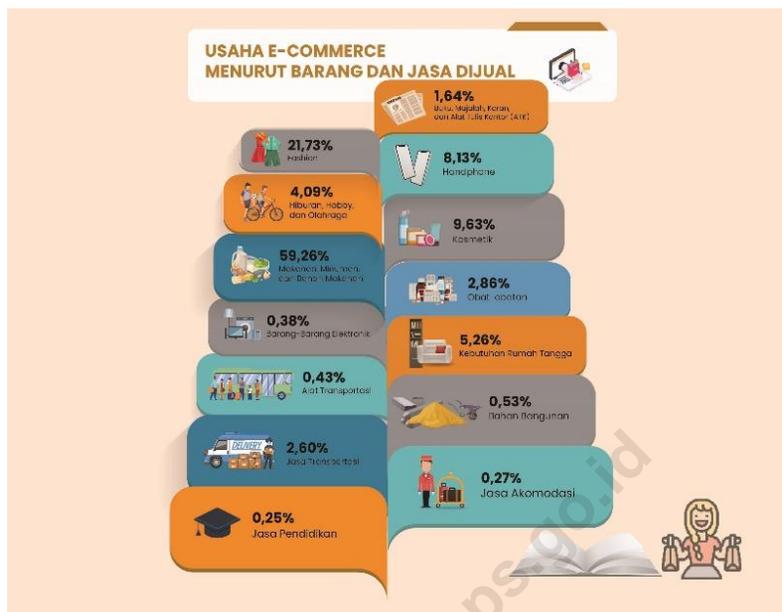
Berdasarkan hasil survei, usaha *eCommerce* lebih banyak melakukan penjualan ke konsumen akhir (90,24 persen). Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari pembelian suatu produk yang tidak untuk diperdagangkan kembali. Selanjutnya sebanyak 9,76 persen usaha melakukan penjualan *online* ke konsumen akhir dan agen/usaha lain.



Gambar 11. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Pelanggan, Tahun 2020

## 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 yang Dijual Tahun 2020

Dari survei *eCommerce* 2021 tercatat Kelompok Makanan, Minuman, dan Bahan Makanan; Kelompok Fashion, Konveksi, Jasa Berkaitan dengan Fashion; dan Kosmetik, Perlengkapan Mandi Personal, Klinik Kecantikan, Salon/Cukur Rambut, dan Rias Pengantin merupakan kelompok jenis barang/jasa yang banyak terjual selama tahun 2020. Dari keseluruhan usaha yang menjadi sampel survei, masing-masing kelompok barang/jasa tersebut secara berturut-turut menjual sebesar 59,26 persen; 21,73 persen; dan 9,63 persen.

## 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 (93,74 persen) melakukan penjualan secara *online* melalui aplikasi media sosial, seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan sebagainya.



Gambar 13. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Media Penjualan Tahun 2020

Sebanyak 78,45 persen usaha berjualan *online* melalui aplikasi pesan instan seperti *WhatsApp*, *Line*, dan *Telegram*. Selanjutnya, hanya 9,27 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 90,73 persen usaha *eCommerce* yang belum memanfaatkan media penjualan ini. Selanjutnya, terdapat 2,12 persen usaha yang menggunakan *e-mail* dalam berjualan *online*. Di urutan akhir, hanya terdapat 1,40 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* (94,30 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, Tahun 2020

Metode pembayaran lain yang paling sering digunakan berikutnya adalah pembayaran dengan transfer bank, baik melalui ATM (*Automated Teller Machine*), *internet banking*, maupun *mobile banking*, sebesar 5,43 persen, berikutnya metode pembayaran menggunakan kartu kredit sebesar 0,27 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, Tahun 2020

Hasil survei *eCommerce* menunjukkan lebih dari separuh usaha *eCommerce* di Sulawesi Utara mengirimkan langsung produknya kepada pembeli (79,62 persen). Sebanyak 13,97 persen usaha *eCommerce* memilih metode pembeli mengambil langsung pesanan di toko atau di titik penjemputan tertentu.

Sementara itu, sebanyak 5,95 persen memilih mengirimkan produknya kepada pembeli melalui jasa pengiriman, dan hanya 0,46 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 98,80 persen usaha *eCommerce* melayani pengiriman ke Pulau Sulawesi. Adapun Maluku dan Papua merupakan wilayah dalam negeri yang pengiriman produknya paling sedikit. Sebesar 0,49 persen usaha *eCommerce* Sulawesi Utara melayani pengiriman produk ke luar negeri.



Gambar 16. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Wilayah Pengiriman, Tahun 2020

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 1,27 persen usaha *eCommerce* yang melakukan kegiatan impor selama tahun 2020.



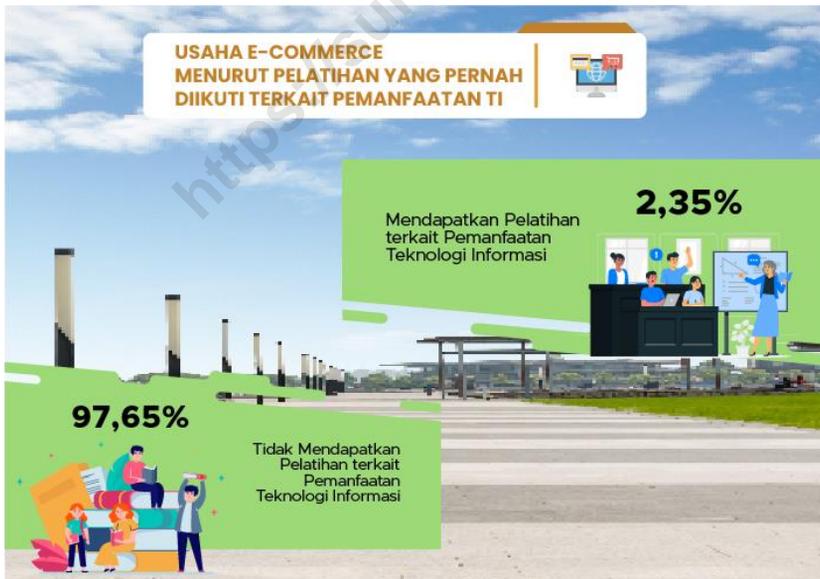
Gambar 17. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Kegiatan Ekspor dan Impor, Tahun 2020

### **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* 2021 menunjukkan terdapat 2,35 persen usaha yang pernah mendapat pelatihan terkait pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran secara digital. Dari usaha *eCommerce* yang mendapatkan pelatihan, seluruhnya mendapatkan pelatihan dari pihak swasta. Ditinjau dari level pelatihannya, sebagian besar usaha *eCommerce* (84,21 persen) mengikuti pelatihan terkait pemanfaatan teknologi informasi pada level dasar.



Gambar 18. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Pelatihan yang Pernah Diikuti Terkait Pemanfaatan Teknologi Informasi, Tahun 2020



Gambar 19. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Instansi Pemberi Pelatihan dan Level Pelatihan, Tahun 2020

## 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.

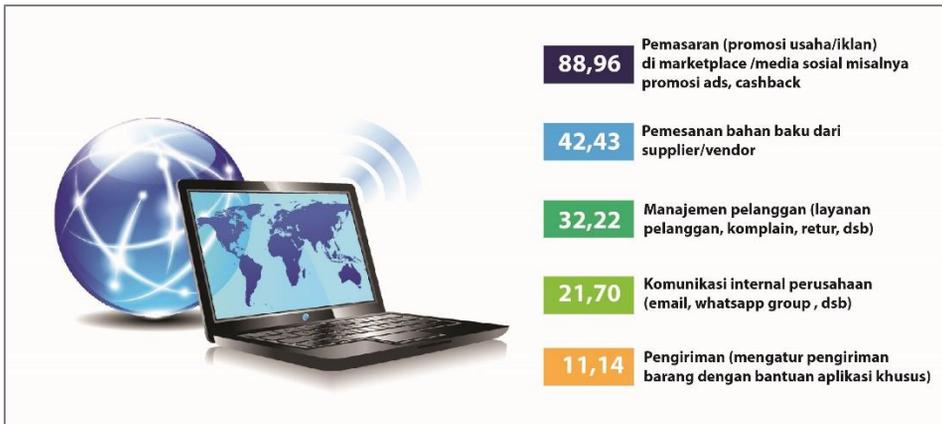
Layanan internet yang diteliti dalam survei ini terdiri dari empat macam yaitu: (a) paket data prabayar, (b) paket data pascabayar, (c) kabel dengan langganan bulanan, dan (d) internet umum.



Gambar 20. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Layanan Internet yang digunakan, Tahun 2020

Mayoritas usaha *eCommerce* menggunakan Paket Data Prabayar sebagai layanan internet untuk menunjang usahanya yaitu sebesar 91,63 persen. Jenis layanan internet lainnya yang digunakan dalam kegiatan usaha *eCommerce* adalah Kabel dengan Langganan Bulanan, seperti *First Media and Indihome*, sebesar 8,27 persen dan sebesar 4,18 persen usaha *eCommerce* menggunakan Internet Umum (*Public Wifi*).

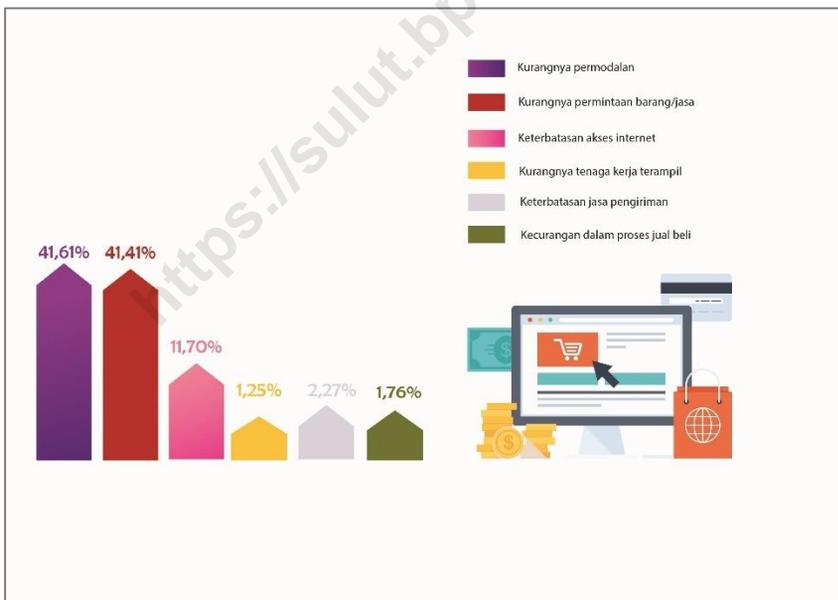
Dalam hal pemanfaatan internet, 88,96 persen usaha *eCommerce* memanfaatkan internet untuk melakukan pemasaran, baik melalui media sosial ataupun *marketplace*. Pemesanan bahan baku dari *supplier/vendor* menduduki posisi kedua sebesar 42,43 persen. Saat ini, manajemen pelanggan dapat dilakukan dengan cepat secara *online*, sehingga manajemen pelanggan pada usaha *eCommerce* juga merupakan hal yang penting dan menempati posisi ketiga pemanfaatan internet, yaitu sebesar 32,22 persen.



Gambar 21. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Pemanfaatan Layanan Internet yang Digunakan, Tahun 2020

## 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 41,61 persen usaha *eCommerce* mengaku mengalami kekurangan modal dalam menjalankan kegiatan usaha selama tahun 2020. Kemudian sebanyak 41,41 persen usaha *eCommerce* menyatakan kurangnya permintaan barang dan jasa merupakan kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha.



Gambar 22. Persentase Usaha *eCommerce* menurut Kendala Utama, Tahun 2020

*Halaman Sengaja Dikосongkan*

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

# BAB 3

## DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA E-COMMERCE





## DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP USAHA E-COMMERCE

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

Pandemi COVID-19 telah membawa perubahan terhadap dunia dengan berbagai tantangan yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Di Indonesia, COVID-19 telah menjangkiti lebih dari 3,9 juta orang sejak kasus pertama diumumkan pada bulan Maret 2020, setidaknya 126.000 orang telah meninggal dunia. Namun, upaya untuk menghambat penyebaran virus COVID-19 telah menghambat kegiatan perekonomian dan dampaknya terhadap tingkat kesejahteraan sosial semakin dirasakan masyarakat.

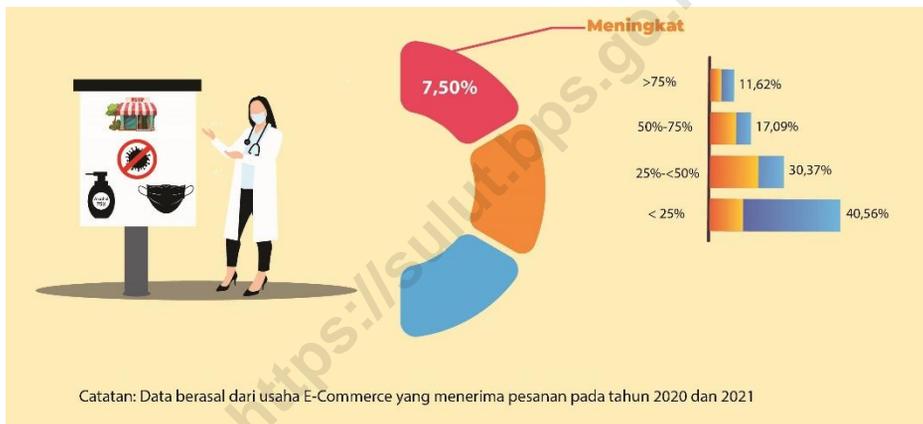


Gambar 23. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Pendapatan Usaha, Tahun 2020

Berdasarkan hasil Survei *eCommerce* 2021, sebanyak 68,98 persen pelaku usaha *eCommerce* mengalami penurunan pendapatan usaha, sedangkan yang mengalami peningkatan penjualan hanya sekitar 7,50 persen, dan 23,52 persen pelaku

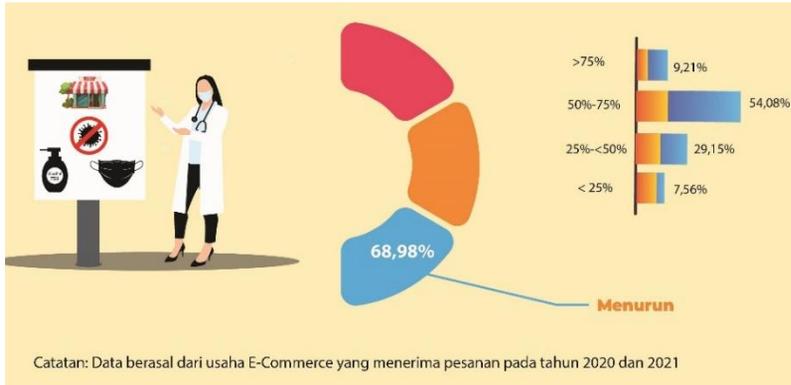
usaha mengaku tidak terpengaruh pandemi COVID-19 atau pendapatannya sama dengan sebelum pandemi.

Jika dilihat dari komposisi usaha *eCommerce* yang pendapatannya meningkat, sebanyak 40,56 persen pendapatan meningkat kurang dari 25%, sebesar 30,73 persen meningkat antara 25% hingga kurang dari 50%, dan 17,09 persen meningkat antara 50% hingga 75%, serta 11,62 persen meningkat lebih dari 75%.



Gambar 24. Persentase Usaha *eCommerce* dengan Pendapatan Meningkat Akibat Pandemi COVID-19, Tahun 2021

Jika dilihat dari sisi penurunan pendapatan, terdapat 54,08 persen usaha *eCommerce* yang pendapatannya menurun antara 50% hingga 75%. Persentase penurunan pendapatan 25% hingga kurang dari 50% dialami oleh sebanyak 29,15 persen usaha, penurunan lebih dari 75% dialami 9,21 persen usaha, dan 7,56 persen usaha mengalami penurunan kurang dari 25%.



Gambar 25. Persentase Usaha *eCommerce* dengan Pendapatan Menurun Akibat Pandemi COVID-19, Tahun 2021

Selama masa pandemi, usaha *eCommerce* yang mengalami penurunan volume transaksi sebesar 67,45 persen. Tercatat 25,58 persen usaha *eCommerce* yang volume transaksinya sama dengan volume transaksi pada saat sebelum adanya pandemi COVID-19. Hanya sekitar 6,97 persen usaha yang mengalami peningkatan volume transaksi selama pandemi.



Gambar 26. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Volume Transaksi *eCommerce*, Tahun 2021

Selain penurunan pendapatan usaha dan volume transaksi, terlihat bahwa pandemi COVID-19 juga mempengaruhi kelancaran pendistribusian barang dari usaha *eCommerce*. Sebesar 59,92 persen usaha mengalami penurunan dalam hal kelancaran pendistribusian barang, sekitar 34,22 persen usaha yang kelancaran pendistribusian barangnya tidak terpengaruh sama sekali dengan pandemi, atau sama dengan masa sebelum ada pandemi. Namun, ada sekitar 5,86 persen usaha *eCommerce* yang kelancaran pendistribusian barangnya justru meningkat selama pandemi.



Gambar 27. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Kelancaran Pendistribusian Barang, Tahun 2021

# BAB 4

STATISTIK PROFIL USAHA *E-COMMERCE*  
PROVINSI SULAWESI UTARA





**STATISTIK PROFIL USAHA *E-COMMERCE*  
PROVINSI SULAWESI UTARA**

## BAB 4. Statistik Profil Usaha eCommerce Provinsi Sulawesi Utara

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Usaha eCommerce, 2020

Wilayah	Jumlah Usaha eCommerce	Persentase Usaha eCommerce
(1)	(2)	(3)
Sulawesi Utara	12.133	0,51

**Keterangan:** Data merupakan hasil estimasi tingkat nasional

Tabel 2. Persentase Usaha eCommerce di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

Periode	Melakukan eCommerce		Total
	Ya	Tidak	
(1)	(2)	(3)	(4)
s.d. 31 Desember 2020	22,80	77,20	100,00
s.d. 30 Juni 2021	23,16	76,84	100,00

**Keterangan:** Data berasal dari lisitng 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, 2020

No	Alasan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Tidak tertarik berjualan <i>online</i>	36,26
2	Lebih nyaman berjualan secara langsung	74,81
3	Kekhawatiran tentang keamanan (memberikan informasi kartu debit/kredit)	0,93
4	Kekhawatiran tentang privasi (memberikan data pribadi)	0,75
5	Kekhawatiran tentang persoalan teknis (tentang <i>website</i> , pembayaran, pengiriman, koneksi jaringan, infrastruktur jalan)	3,52
6	Kekhawatiran tentang persoalan kepercayaan (jaminan, penerimaan atau pengembalian produk)	0,65
7	Kurang pengetahuan atau keahlian	15,13

Tabel 4. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Umur Penanggung Jawab/Pemilik Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

Umur Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha	Persentase
(2)	(3)
15-24 Tahun	6,45
25-34 Tahun	22,52
35-44 Tahun	29,17
45-54 Tahun	28,10
>=55 Tahun	13,76
Total	100,00

Tabel 5. Persentase Penanggung Jawab/Pemilik Usaha dan Tenaga Kerja Usaha *eCommerce* Menurut Gender di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

Pelaku Usaha	Gender		Total
	Laki-laki	Perempuan	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha	27,72	72,28	100,00
Tenaga Kerja	38,08	61,92	100,00

Tabel 6. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/Pemilik Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Pendidikan Tertinggi Penanggung Jawab/ Pemilik Usaha	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	SMA/SMK Sederajat kebawah	86,00
2	Diploma I/II/III	0,77
3	Diploma IV/S1	12,87
4	S2/S3	0,36
Total		100,00

Tabel 7. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Lapangan Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Lapangan Usaha	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	A: Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	0,22
2	C: Industri Pengolahan	22,01
3	G: Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor	43,69
4	H: Pengangkutan dan Perdagangan	2,07
5	I : Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum	24,03
6	J: Informasi dan Komunikasi	5,82
7	M, N: Jasa Perusahaan	0,44
8	P : Pendidikan	-
9	Q: Aktivitas Kesehatan Manusia dan Aktivitas Sosial	-
10	R, S: Jasa Lainnya	1,72
Total		100,00

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

Tabel 8. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Tahun Mulai Beroperasi Secara Komersial dan Tahun Mulai Melakukan *eCommerce* di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

Mulai Kegiatan	Tahun			Total
	<2010	2010-2016	2017-2020	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Mulai Beroperasi Secara Komersial	13,97	24,72	61,31	100,00
Mulai Melakukan <i>eCommerce</i>	1,09	8,89	90,02	100,00

Tabel 9. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Nilai Pendapatan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

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	89,67	7,38	2,95	-	100,00
Nilai Pendapatan dari <i>Marketplace</i>	98,27	0,54	1,19	-	100,00
Nilai Pendapatan dari Selain <i>Marketplace</i>	97,47	2,53	-	-	100,00

Tabel 10. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Peran Usaha di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Peran Usaha	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Penjual/ <i>Seller</i>	73,85
2	Penjual Kembali/ <i>Reseller</i>	21,64
3	Perantara penjual dan pembeli/ <i>dropshipper</i>	4,51
Total		100,00

Tabel 11. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Pelanggan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Jenis Pelanggan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Konsumen Akhir	90,24
2	Agen/ Usaha Lain	-
3	Konsumen Akhir Dan Agen/Usaha Lain	9,76
Total		100,00

Tabel 12. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Barang/Jasa yang Dijual di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

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	1,64
2	<i>Fashion</i> , konveksi, jasa berkaitan dengan <i>fashion</i>	21,73
3	<i>Handphone</i> , pulsa telepon, komputer, tablet, dan aksesorisnya, termasuk jasa servisnya	8,13
4	Hiburan, <i>hobby</i> , dan olahraga	4,09
5	Kosmetik, perlengkapan mandi personal, klinik kecantikan, salon/cukur rambut, rias pengantin	9,63
6	Makanan, minuman, dan bahan makanan	59,26
7	Obat-obatan termasuk obat herbal, tradisional, jamu, alat kesehatan, dan jasa kesehatan	2,86
8	Barang-barang elektronik dan jasa servisnya	0,38
9	Kebutuhan rumah tangga, <i>laundry</i> dan jasa servisnya	5,26
10	Alat transportasi, bengkel, jasa cuci alat transportasi dan jasa las	0,43
11	Bahan bangunan dan perlengkapan kelistrikan	0,53
12	Jasa transportasi dan jasa pengiriman barang	2,60
13	Jasa akomodasi	0,27
14	Jasa pendidikan	0,25

Keterangan: Data berasal pertanyaan dengan *multiple answer*

Tabel 13. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Media Penjualan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Media Penjualan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	<i>Website</i>	1,40
2	<i>E-mail</i>	2,12
3	Pesan Instan	78,45
4	Media Sosial	93,74
5	<i>Market Place</i>	9,27

Keterangan: Data berasal dari pertanyaan dengan *multiple answer*

Tabel 14. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Metode Pembayaran yang Sering Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Metode Pembayaran	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Tunai ( <i>Cash on Delivery</i> )	94,30
2	Transfer Bank (ATM, <i>Internet Banking</i> , <i>Mobile Banking</i> )	5,43
3	Kartu (debit/kredit/ kartu uang elektronik)	0,27
4	<i>E-Wallet</i> (OVO, Dana, GoPay, LinkAja, Kredivo, Akulaku, Paylater, dll)	-
Total		100,00

Tabel 15. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Metode Pengiriman yang Sering Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Metode Pengiriman	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Pengiriman langsung ke pembeli oleh pihak penjual	79,62
2	Pengiriman langsung ke pembeli dengan menggunakan jasa pengiriman (Pos, TIKI, GoSend, dsb)	5,95
3	Pengambilan pesanan langsung di toko atau dititik penjemputan tertentu	13,97
4	Men- <i>download</i> dari <i>website</i> , aplikasi, <i>software</i> , atau lainnya	0,46
Total		100,00

Tabel 16. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Jenis Layanan Internet yang Digunakan di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Jenis Layanan Internet yang Digunakan	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Paket data Prabayar (Telkomsel, Indosat, XL).	91,63
2	Paket data Pascaprabayar (Kartu Halo XL Pasca Prabayar, Indosat Pasca Prabayar)	0,74
3	Kabel dengan langganan bulanan ( <i>First Media</i> , <i>Indihome</i> , <i>Bali Fiber</i> )	8,27
4	Internet Umum (Publik <i>Wifi</i> )	4,18
Total		100,00

Keterangan: Data berasal dari pertanyaan dengan *Multiple Answers*

Tabel 17. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Keperluan Pemanfaatan Internet di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Keperluan Pemanfaatan Internet	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Pemesanan bahan baku dari <i>supplier/ vendor</i>	42,43
2	Manajemen keuangan perusahaan (pencatatan keuangan, perhitungan pajak, pembayaran gaji, dsb)	1,18
3	Manajemen SDM (proses rekrutmen, evaluasi karyawan, dsb)	0,90
4	Akses permodalan (pinjaman <i>online</i> , dsb)	0,41
5	Komunikasi internal perusahaan ( <i>email, whatsapp group</i> , dsb)	21,70
6	Manajemen pelanggan (layanan pelanggan, komplain, retur, dsb)	32,22
7	Pemasaran (promosi usaha/iklan) di <i>marketplace/ media sosial</i>	88,96
8	Pembayaran menggunakan sistem elektronik/digital/ <i>cashless payment</i> (misalnya: OVO, <i>Gopay</i> , DANA, <i>Shopeepay</i> )	-
9	Pengiriman (mengatur pengiriman barang dagangan dengan bantuan aplikasi khusus)	11,14

Keterangan: Data berasal dari pertanyaan dengan *Multiple Answers*

Tabel 18. Persentase Usaha *eCommerce* Menurut Kendala Utama di Provinsi Sulawesi Utara, 2020

No	Metode Pengiriman	Persentase
(1)	(2)	(3)
1	Kurangnya permodalan	41,61
2	Kurangnya tenaga kerja terampil	1,25
3	Keterbatasan Akses Internet	11,70
4	Kecurangan dalam proses jual beli	1,76
5	Kurangnya permintaan barang/jasa	41,41
6	Keterbatasan Jasa Pengiriman	2,27
Total		100,00

## Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik. 2021. *Statistik E-Commerce 2021*. Jakarta: BPS.

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

Badan Pusat Statistik. 2021. *Pedoman Pengawasan dan Pencacahan Survei E-Commerce 2021*. 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*.

*Halaman Sengaja Dikосongkan*

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



**ST 2023**  
SENSUS PERTANIAN

**BerAKHLAK**  
Berorientasi Pelayanan Akuntabel Kompeten  
Harmonis Loyal Adaptif Kolaboratif

**# bangga  
melayani  
bangsa**

# DATA

## MENCERDASKAN BANGSA



BADAN PUSAT STATISTIK  
PROVINSI SULAWESI UTARA  
Jl. 17 Agustus Manado 95119  
Telp: (0431) 847044 | Email: bps7100@bps.go.id  
Website : <https://sulut.bps.go.id>