

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemanfaatan secara optimal teknologi informasi dan komunikasi dapat mengakselerasi pemenuhan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Hasil ini merupakan temuan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian pada Desember 2019 yang tertuang pada *White Book Indonesia Digital for Future Economy dan Inclusive Urban Transformation*. Berdasarkan buku tersebut, pada sebuah negara perkembangan teknologi digital yang pesat sangat berkaitan terhadap upaya pemenuhan SDGs. Penguasaan literasi digital dapat memberikan pengaruh sebesar 89 persen pada kinerja dalam memenuhi target SDGs. Sebaliknya, negara akan kesulitan mencapai poin-poin dalam SDGs apabila belum memiliki penguasaan teknologi digital yang mumpuni.

Pemanfaatan dan pembangunan infrastruktur teknologi seperti satelit dan penggunaan telepon genggam akan meningkatkan taraf hidup seluruh lapisan masyarakat. Pemanfaatan dan pembangunan infrastruktur teknologi informasi akan berdampak pada konektivitas antar individu atau kelompok. Komunikasi yang dilakukan secara cepat akan meningkatkan inovasi dan produktivitas pada seluruh bidang pembangunan. Hal ini akan memungkinkan terjadinya akselerasi pembangunan pada sektor-sektor penting di sebuah negara.

Penguasaan teknologi informasi yang baik akan meningkatkan efektivitas dan produktivitas sumber daya. Sebuah negara dapat meningkatkan output dari sumber

daya berkat kemajuan teknologi digital. Hal ini pada akhirnya dapat mendukung pencapaian SDGs dan akselerasi pembangunan secara cepat dan efisien.

Pemanfaatan potensi teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia untuk mengurangi kemiskinan masih jarang dilakukan. Teknologi informasi terbukti berhasil secara efektif membantu upaya-upaya mengurangi kemiskinan di negara-negara yang sedang berkembang, seperti Kepulauan Solomon, India, Zimbabwe, dan Peru. Strategi teknologi informasi dan komunikasi telah dirancang oleh Bappenas untuk mengurangi kemiskinan. Cara ini lebih efektif karena sesuai dengan prinsip teknologi sebagai alat bantu dalam upaya mengurangi kemiskinan sehingga usaha tersebut akan berdampak lebih besar dibandingkan tanpa menggunakan teknologi.

Salah satu tonggak pemusatan teknologi adalah menciptakan lapangan kerja. Adanya lapangan kerja baru dapat menciptakan peluang kerja, dengan demikian diharapkan angka pengangguran akan menurun. Selain itu, dengan adanya teknologi informasi seseorang dapat mengembangkan kemampuan, seperti pendidikan melalui *e-learning*. Masyarakat juga dimudahkan dengan adanya perdagangan melalui *e-commerce* dan pembayaran digital melalui *e-banking*. Penanggulangan kemiskinan dilakukan dengan cara meningkatkan produktivitas dan kemampuan literasi digital serta melalui pendidikan dan pembangunan infrastruktur telekomunikasi agar dapat menunjang kegiatan sosial dan ekonomi.

Pada tahun 2017, isu mengenai daya beli masyarakat juga kian menjadi sorotan. Daya beli masyarakat merupakan salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi, yaitu komponen konsumsi rumah tangga. Data Badan Pusat Statistik

(BPS) mencatat bahwa pengeluaran konsumsi Rumah Tangga menurut Produk Domestik Bruto (PDB) Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) pada 2017 mencapai Rp 7.627,9 triliun atau 56,13 persen dari total PDB nasional senilai Rp 13.588,9 triliun. Berdasarkan sumber pengeluaran, konsumsi rumah tangga hanya menyumbang pertumbuhan 2,69 persen dari total pertumbuhan PDB nasional tahun 2017 sebesar 5,07 persen (BPS, 2017a).

Di tengah isu daya beli masyarakat yang lesu dan banyak usaha ritel yang tutup, usaha berbasis *online* mampu bertahan di pasaran. Hal ini ditandai dengan jumlah pengguna internet dan usaha *online* (*e-commerce*) yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, ada sekitar 143 juta orang menggunakan jaringan internet, lebih dari 50 persen dari populasi jumlah penduduk Indonesia tahun 2017, sebesar 262 juta jiwa.

Seiring dengan meningkatnya pengguna internet, pengguna *e-commerce* dan *elektronik banking* (*e-banking*) di Indonesia juga tumbuh signifikan. Berdasarkan Sensus Ekonomi pada tahun 2016, jumlah usaha jual beli *online* mencapai angka 26,2 juta, naik 17 persen dibandingkan hasil Sensus Ekonomi 2006 (BPS, 2016). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan jumlah nasabah pengguna *e-banking* meningkat 270 persen dari 13,6 juta nasabah di tahun 2012 menjadi 50,4 juta di tahun 2016. Berdasarkan frekuensi transaksi, nilainya tumbuh 169 persen, pada tahun 2012 sebesar dari 150,8 juta transaksi menjadi 405,4 juta transaksi pada tahun 2016. Dalam beberapa tahun mendatang bisnis *e-commerce* dan *e-banking* ini masih akan terus berkembang.

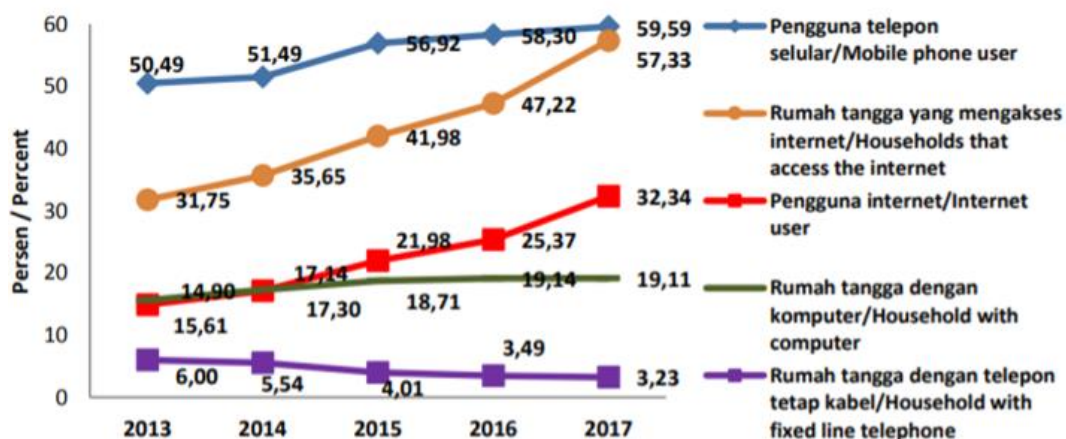
E-banking dapat dianggap sebagai fasilitator pembayaran yang dilakukan oleh *e-commerce* dan oleh karena itu, *e-commerce* hanya dapat dikembangkan dengan bantuan *e-banking*. Tanpa adanya *e-banking* akan sulit melakukan pembayaran yang berasal dari perdagangan *online*. Ada sekitar 54 persen individu yang menggunakan fasilitas *e-banking* sebagai alat pembayaran ketika melakukan transaksi di *e-commerce* (BPS, 2019). Jumlah penduduk Indonesia yang besar mendukung pertumbuhan pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking*. Kondisi geografis Indonesia juga mendukung berkembangnya ketiga layanan. Dengan banyaknya pulau-pulau yang tersebar di bumi nusantara, *e-commerce* dan *e-banking* merupakan salah satu jalan terbaik untuk meningkatkan perekonomian antar pulau.

Sebagai alternatif usaha baru, usaha dengan sistem *online* memberikan pengaruh positif terhadap perekonomian Indonesia. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola pikir masyarakat dan mendorong peningkatan transaksi perdagangan elektronik dengan bantuan *e-banking* sehingga berimbas pada peningkatan permintaan konsumen. Permintaan konsumen yang meningkat merupakan pasar besar bagi pelaku usaha, termasuk usaha dengan sistem *online*. Aktivitas usaha yang tumbuh positif tentunya berkontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional.

Hal ini tercermin dari tingginya laju pertumbuhan sektor komunikasi dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Sektor informasi dan komunikasi mencakup kegiatan-kegiatan yang bergerak di bidang telekomunikasi. Jika dibandingkan dengan sektor lain, sektor informasi dan komunikasi memiliki laju pertumbuhan

paling tinggi serta nilainya selalu diatas laju pertumbuhan PDB nasional. Menurut data BPS pada tahun 2017 sektor informasi dan komunikasi mencatat pertumbuhan sekitar 9,81 persen jauh diatas pertumbuhan PDB nasional yang hanya mencatat 5,07 persen (BPS, 2017a).

Begitu juga dengan kontribusi sektor informasi dan komunikasi mengalami tren yang positif dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 sektor informasi dan komunikasi memberi kontribusi sekitar 3,80 persen terhadap PDB nasional (BPS, 2017c). Angka ini mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2016 yang mencatat kontribusi sekitar 3,62 persen. Persentase rumah tangga Indonesia yang menyisihkan sebagian dari anggaran rumah tangga untuk keperluan telekomunikasi menunjukkan tren yang positif dari tahun ke tahun. Pada tahun 2017 terdapat sekitar 90,02 persen rumah tangga yang menyisihkan sebagian anggaran rumah tangganya untuk keperluan telekomunikasi, meningkat jika dibandingkan tahun 2016 hanya sebanyak 87,13 persen (BPS, 2017a). Rata-rata pengeluaran rumah tangga per bulan untuk rumah tangga yang menyisihkan sebagian dari anggaran rumah tangganya untuk keperluan telekomunikasi pada tahun 2017 adalah Rp 130.067,81. Jumlah ini meningkat 1,23 persen jika dibandingkan tahun 2016 hanya Rp 128.491,73 (BPS, 2017c).



Sumber: BPS, 2017c

Gambar 1.1 Perkembangan Indikator Teknologi Informasi dan Komunikasi di Indonesia Tahun 2013-2017

Rumah tangga pengguna internet di Indonesia meningkat tajam pada periode 2013-2017. Terjadi peningkatan sebesar 25,58 persen. Pada tahun 2013 rumah tangga pengguna internet hanya sebesar 31,75 persen dan naik menjadi 57,33 persen pada tahun 2017 (BPS, 2017c). Begitu juga pada individu berusia lima tahun ke atas yang menggunakan internet juga meningkat dari 14,90 persen pada tahun 2013 menjadi 32,34 persen pada tahun 2017. Hal ini dapat mendorong perkembangan penggunaan internet dalam aktivitas ekonomi atau fenomena ekonomi digital.

Tingginya jumlah pengguna internet di Indonesia tidak terlepas dari pesatnya perkembangan telepon selular. Pada tahun 2017 tercatat 59,59 persen rumah tangga di Indonesia telah menggunakan telepon selular. Angka ini jauh meningkat jika dibandingkan dengan kondisi tahun 2013 yang baru mencapai 50,49 persen. Peningkatan juga terjadi pada rumah tangga yang menggunakan komputer. Pada tahun 2013 hanya 15,61 persen rumah tangga yang menggunakan komputer dan

meningkat menjadi 19,11 persen pada tahun 2017. Hanya ada satu indikator yang mengalami penurunan, yaitu rumah tangga yang menggunakan telepon kabel, 6 persen pada tahun 2013 turun menjadi 3,23 persen pada tahun 2017 (BPS, 2017c). Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadinya peralihan dari telepon kabel ke telepon seluler.

Jumlah penduduk usia muda yang tinggi dapat menjadi peluang usaha karena penduduk usia muda biasanya memiliki kemampuan dalam menggunakan perangkat teknologi dan kemampuan beradaptasi. Sebagian besar pengguna transaksi *online* berada pada usia 26 tahun sampai dengan 35 tahun (Gefen dan Straub, 2005). Hal itu tentu ada faktor pendorong lainnya, salah satunya tingkat penguasaan terhadap teknologi informasi. Dampaknya, persaingan bisnis semakin ketat, bahkan perang harga dan pelayanan pun kerap terjadi.

Meningkatnya penjualan melalui *e-commerce* dapat mengurangi penjualan di beberapa ritel konvensional. Seiring perubahan pola belanja masyarakat dari berbelanja secara konvensional beralih menjadi berbelanja secara *online*. Banyak ritel konvensional yang akhirnya tutup karena masih menggunakan sistem lama dan tidak mengadopsi kemajuan teknologi.

Terdapat beberapa ritel yang tutup lapak di Indonesia sepanjang 2017-2019. Pada tanggal 30 Juni 2017, 7 Eleven menutup semua gerainya di Indonesia. Kemudian diikuti Ramayana pada bulan Agustus dan Lotus pada Bulan Oktober yang juga menutup beberapa gerainya. Di penghujung tahun 2017 Debenhams dan Matahari Department Store juga menutup beberapa gerainya. GAP, Banana Republic, Dorothy Perkins, Clarks juga menutup seluruh gerainya pada tahun 2018.

Pada Januari tahun 2019, Hero menutup 26 gerai dan PHK 532 pekerja. Pada tahun yang sama Central juga menutup satu dari tiga gerainya (cnn.indonesia.com).

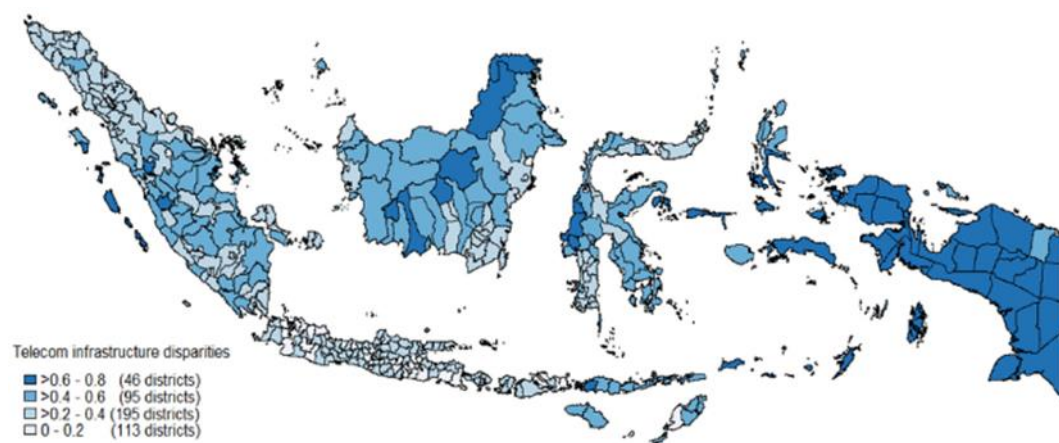
Munculnya berbagai situs toko *online* sebagai marketplace yang melibatkan usaha rumah tangga untuk bersaing di industri pasar *online* di Indonesia, seperti Tokopedia, Lazada, Shopee, Blibli, Bukalapak, dan lain-lain, menciptakan lapangan kerja baru. Jumlah tenaga kerja yang bekerja pada usaha dengan sistem *online* di Indonesia menurut BPS pada tahun 2016 sebanyak 9,46 juta orang atau 13,46 persen (BPS, 2016). Hal tersebut berarti dari tujuh tenaga kerja di Indonesia, satu diantaranya bekerja pada usaha dengan sistem *online*. Penyerapan tenaga kerja pada usaha sistem *online* terbesar berada di pulau Jawa, yaitu sebanyak 6,88 juta orang (72,72 persen). Hal ini terjadi karena Pulau Jawa sebagai sentra kegiatan perekonomian menjadikannya sebagai pusat bisnis dan pusat tenaga kerja.

Pulau Jawa merupakan pulau dengan perkembangan bisnis usaha *online* tertinggi dibandingkan pulau lain (BPS, 2016). Jumlah usaha *online* di pulau ini sekitar 3 persen (BPS, 2016). Sebaliknya di Pulau Maluku dan Papua, usaha *online* masih belum banyak berkembang, dengan jumlah usaha *online* baru sekitar 1,52 persen dari seluruh usaha di pulau tersebut. Berdasarkan sisi kontribusi, jumlah usaha *online* di Pulau Maluku dan Papua hanya menyumbang kurang dari 1 persen dari seluruh usaha sistem *online* di Indonesia. Situasi ini berbanding terbalik dengan usaha *online* di pulau Jawa yang menyumbang sekitar 68 persen dari seluruh usaha *online* di Indonesia.

Sebagai negara berkembang, penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan, namun di sisi lain

juga mengalami pembangunan regional yang tidak merata dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian terkait kesenjangan internet di Indonesia sebelumnya sudah pernah dilakukan oleh Sujarwoto dan Tampubolon (2016). Hasilnya menunjukkan bahwa kesenjangan internet tetap terjadi meskipun penyebaran jaringan telekomunikasi di Indonesia semakin meluas. Hal ini tidak hanya terjadi di Indonesia, namun juga terjadi di banyak negara berkembang lainnya.

Gambar 1.2 menunjukkan disparitas dalam infrastruktur telekomunikasi antar kabupaten. Hal ini menunjukkan bahwa kabupaten di Papua, Kalimantan, Sumatera Selatan, dan Sulawesi Tengah memiliki kesenjangan infrastruktur telekomunikasi yang lebih besar daripada kabupaten di Jawa dan Bali. Adanya bukti empiris tersebut menguatkan adanya kesenjangan digital yang terukur dan multidimensi di Indonesia. Yahya (2019) juga menunjukkan bahwa perilaku berbelanja *online* masih terkonsentrasi di Pulau Jawa khususnya Jakarta (Jabodetabek).



Sumber: Sujarwoto dan Tampubolon (2016)

Gambar 1.2 Kesenjangan Infrastruktur Telekomunikasi menurut Kabupaten/Kota

Kemiskinan dan pengangguran dapat dikatakan sebagai masalah utama di Indonesia. Pemerintah melalui Bappenas telah menyiapkan beberapa strategi, diantaranya dengan memanfaatkan perkembangan ekonomi digital dan revolusi industri 4.0. Teknologi terus tumbuh dan berkembang mendorong terbentuknya ekonomi digital diantaranya pesatnya penggunaan *e-commerce* dan *e-banking*. Pemanfaatan penggunaan teknologi informasi untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran masih jarang dilakukan. Kemajuan teknologi dapat menjadi solusi untuk mengurangi angka kemiskinan dan tingkat pengangguran terbuka. Negara China berhasil mengurangi kemiskinan dengan kontribusi ekonomi digital melalui program *e-commerce* masuk desa. Kerajinan tangan hingga hasil pertanian dijual melalui *e-commerce* sehingga berdampak pada pengurangan angka pengangguran di negara China.

Penggunaan variabel kemiskinan dan pengangguran dengan menggunakan data mikro Susenas tahun 2010-2012 untuk melihat pengaruh penggunaan internet di Indonesia telah dilakukan oleh Sujarwoto dan Tampubolon (2016). Hasilnya kemiskinan dan pengangguran berpengaruh negatif dan signifikan pada penggunaan internet di daerah perkotaan dan kota-kota besar di Indonesia. Namun sebaliknya di Sub Saharan Afrika, pengangguran berkorelasi positif dan signifikan pada penggunaan internet (Hasbi dan Dubus, 2020). Kemiskinan juga berpengaruh negatif dan signifikan pada penggunaan *e-commerce* dan *e-banking* di Negara Spanyol (Garin-Munoz dkk., 2019).

Media internet menjadi solusi andalan terhadap masalah keterbatasan geografis di luar Pulau Jawa terutama wilayah timur Indonesia. Pemasaran dan

penjualan melalui media internet dan *e-commerce* dapat meningkatkan volume permintaan. Produsen harus mampu meningkatkan volume produksinya dengan meningkatnya permintaan. Keadaan tersebut yang membuat permintaan tenaga kerja dapat meningkat sehingga pengangguran dan kemiskinan diharapkan berkurang.

Rasio Palma mengukur kesenjangan kabupaten dalam sumber daya manusia, layanan telekomunikasi, dan layanan pendidikan (Palma, 2014). Norris (2001) memberikan bukti empiris bahwa, meskipun tingkat penetrasi teknologi informasi dan komunikasi yang tinggi di Eropa dan Amerika Serikat, kesenjangan digital antar dan di dalam negara masih terlihat. Studi ini mencoba untuk membuat perbedaan antara normalisasi dan stratifikasi dalam konteks negara berkembang. Terlepas dari pertumbuhan ekonominya yang mengesankan, pembangunan sosial ekonomi Indonesia telah ditandai oleh ketidaksetaraan spasial yang mendalam di seluruh wilayah. Indeks Gini meningkat dari 0,33 pada 2002 menjadi 0,39 poin pada 2017 (BPS, 2017b).

Ketimpangan dalam sumber daya manusia serta infrastruktur dapat menghambat pembangunan saat ini dan masa depan, dengan demikian memperburuk kesenjangan regional (Vidyattama, 2010). Kesetaraan dalam akses pendidikan masih menjadi masalah di Indonesia (Suryadarma dkk., 2006). Penelitian menunjukkan rasio yang bersekolah 99 persen untuk sekolah dasar pada tahun 2017, namun hanya 95 persen untuk sekolah menengah pertama dan 71 persen untuk sekolah menengah atas. Kesenjangan dalam infrastruktur telekomunikasi di seluruh wilayah juga muncul, dengan 80 persen kegiatan internet

berada di Jawa padahal 60 persen populasi berada di pulau Jawa. Indonesia memiliki lima pulau besar serta ribuan pulau kecil. Sebagian besar bagian tengah dan timur Indonesia belum memiliki sambungan listrik, apalagi internet (BPS, 2017b).

Di negara Cina, Rusia, India, Meksiko, Afrika Selatan, serta sebagian besar negara berkembang dan transisi lainnya, menunjukkan bahwa perbedaan spasial serta regional dalam aktivitas ekonomi, pendapatan, dan indikator sosial telah meningkat dalam dua dekade terakhir (Kanbur, Rhee, dan Zhuang, 2014). Analisis yang lebih dalam tentang jenis kesenjangan spasial ini dan mekanisme yang menjelaskan akses teknologi informasi dan komunikasi yang tidak setara akan membuktikan kontribusi yang signifikan terhadap upaya negara-negara berkembang untuk mengatasi kesenjangan digital.

Penelitian yang dilakukan Yahya (2019) juga menunjukkan bahwa faktor utama yang secara signifikan mempengaruhi individu untuk berbelanja *online*, yaitu: pendapatan, jenis kelamin, dan media akses internet. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan regresi logistik juga menunjukkan bahwa usia, jenis kelamin, pendidikan, penggunaan ponsel, kepemilikan komputer, pengangguran, kemiskinan serta lokasi tempat tinggal memiliki pengaruh pada pengguna internet (Sujarwoto dan Tampubolon, 2016). Menggunakan metode yang sama jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan serta pendapatan juga merupakan variabel pengaruh pada penetrasi *e-commerce* dan *e-banking* di Negara Spanyol (Garin-Munoz dkk., 2019).

Topik penelitian mengenai pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* merupakan hal yang menarik untuk diteliti. Penelitian tentang determinan pengguna ketiga layanan sudah banyak dilakukan. Namun, penelitian tersebut di wilayah ASEAN termasuk Indonesia masih terbatas. Pada dasarnya penelitian ini mempunyai fokus penelitian yang sama dengan penelitian sebelumnya, yaitu ingin mengetahui faktor yang memengaruhi individu untuk menggunakan internet, *e-commerce*, dan *e-banking*. Pada umumnya penelitian yang sudah ada melihat dari kaca mata studi manajemen. Pada penelitian ini akan dibahas menurut studi ekonomi pembangunan terkait perkembangan teknologi informasi. Selain itu, belum ada penelitian terkait *e-banking* di Indonesia menggunakan data Susenas serta mengaitkan hubungan ketiga layanan di Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa. Dengan demikian perlu adanya penelitian mengenai determinan sosial demografi dan ekonomi terhadap pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* di Indonesia.

Lokus penelitian ini di Indonesia, seperti penelitian yang dilakukan oleh Lubis (2018), Hasyati (2017), dan Yusmita dkk (2012). Penelitian yang dilakukan oleh Lubis di Kota Medan mengatakan bahwa keputusan melakukan *e-commerce* dipengaruhi oleh pendapatan tinggi, menggunakan ponsel dan berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan menurut Hasyati (2012) dari data Susenas 2015, di Indonesia perempuan cenderung menggunakan *e-commerce*, berusia produktif dan berpendidikan rendah. Hasil lain yang ditemukan oleh Yusmita (2012) di Provinsi Aceh, kecenderungan melakukan *e-commerce* memiliki karakteristik pendidikan tinggi, perempuan, dan memiliki komputer.

Objek penelitian ini pengguna internet seperti pada penelitian Clarke, Thompson, dan Birkin (2015) dan Hasyati (2017). Data yang digunakan yaitu data Susenas tahun 2017 seperti pada penelitian Hasyati (2017). Namun, berbeda tahun pencacahan di mana rincian pertanyaan penggunaan internet pada Susenas 2017 sudah memisahkan antara penggunaan internet untuk menjual dan membeli produk baik barang maupun jasa, hal ini belum terdapat pada Susenas tahun 2015. Selain itu sudah adanya pertanyaan mengenai pengguna *e-banking*.

Variabel bebas yang digunakan untuk mengetahui determinan individu untuk menggunakan internet, *e-commerce*, dan *e-banking* mengacu pada teori serta seluruh penelitian sebelumnya yang menjadi referensi penelitian ini. Namun, variabel bebas dibatasi hanya pada faktor sosial demografi dan ekonomi. Variabel tersebut diharapkan dapat digunakan sebagai indikator dalam perencanaan pembangunan ekonomi digital di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Fenomena turunnya daya beli konsumen yang ditandai dengan sepiunya gerai ritel konvensional merupakan tantangan tersendiri bagi perekonomian Indonesia. Namun, saat ini Indonesia telah memasuki era pasar terbuka dengan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Menjadikan Indonesia sebagai negara ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020 merupakan visi pemerintah (Kemkominfo, 2016).

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah karakteristik sosial demografi dan ekonomi meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, lokasi tempat tinggal, pengangguran, kemiskinan,

pendapatan, kepemilikan ponsel serta penggunaan komputer berpengaruh signifikan terhadap pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan dalam rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu menganalisis pengaruh karakteristik sosial demografi dan ekonomi meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, lokasi tempat tinggal, pengangguran, kemiskinan, pendapatan, kepemilikan ponsel dan penggunaan komputer berpengaruh terhadap pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* bagi siapa pun, termasuk individu, masyarakat, pemerintah, maupun peneliti/akademisi. Secara rinci manfaat penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Bagi individu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang determinan sosial demografi dan ekonomi terhadap pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* di Indonesia.
- 2) Bagi masyarakat, memberikan gambaran perkembangan internet, *e-commerce*, dan *e-banking* sehingga tertarik untuk mengadopsinya. Dengan demikian diharapkan mampu mengurangi kemiskinan dan pengangguran.
- 3) Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam menyusun kebijakan dan keputusan dalam menerapkan strategi pengembangan ekonomi digital di Indonesia.

- 4) Bagi peneliti/akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan serta pengetahuan tentang determinan sosial demografi dan ekonomi terhadap pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* di Indonesia. Selain itu juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan sosial demografi dan ekonomi terhadap pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* di Indonesia. Dalam penelitian ini juga akan dianalisis mengenai pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* berdasarkan kategori wilayah. Selanjutnya, penelitian ini akan menganalisis keterkaitan antara kemiskinan, pengangguran serta sarana dalam mengadopsi internet, *e-commerce*, dan *e-banking* tahun 2017. Dasar teori yang digunakan meliputi teori *velocity of money*, difusi inovasi, dan *Technology Acceptance Model*. Determinan pengguna internet, *e-commerce*, dan *e-banking* diestimasi dengan menggunakan metode regresi logistik. Sumber data yang digunakan berupa data Susenas dari Badan Pusat Statistik Republik Indonesia (BPS RI) bulan Maret tahun 2017. Lingkup penelitian ini adalah kabupaten/kota di seluruh Indonesia.

1.6 Sistematika Tesis

Tesis ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut:

- 1) Bab 1 merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup penelitian, dan sistematika tesis.

- 2) Bab 2 merupakan tinjauan pustaka yang mencakup landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual, pengembangan hipotesis, dan model analisis.
- 3) Bab 3 merupakan metode penelitian yang berisi jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik analisis data, serta kriteria pengujian hipotesis.
- 4) Bab 4 merupakan hasil dan pembahasan yang mencakup analisis deskriptif serta analisis regresi logistik. Analisis deskriptif meliputi karakteristik objek penelitian. Analisis regresi logistik meliputi pengujian hipotesis, hasil, dan pembahasan penelitian.
- 5) Bab 5 merupakan penutup yang berisi kesimpulan, implikasi kebijakan, keterbatasan penelitian, dan arah bagi penelitian selanjutnya.