p-ISSN 2827-9395
e-ISSN 2827-9433

Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah
JIEMAS
Vol. 5, No. 3, Desember, 2026 hal. 361-369
Journal Page is available to https://jiemas.stai-dq.org/index.php/home

PERAN DAN DAMPAK TELEKOMUNIKASI SEBAGAI SARANA PEMBANGUNAN: STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN *E-COMMERCE* LOKAL DAN INTERNASIONAL

Siti Umi Munadiroh[1], Moh. Karim[2]
[1,2]Universitas Trunojoyo Madura
Email: [1]220711100019@student.trunojoyo.ac.id, [2]karim@trunojoyo.ac.id

Abstrak

Kemajuan telekomunikasi sangat penting dalam mendukung kegiatan sosial dan ekonomi di era digital. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi memudahkan berbagi informasi, mempercepat proses bisnis, dan memicu pertumbuhan ekonomi digital. Penelitian ini bertujuan untuk memeriksa peran dan dampak telekomunikasi dalam pembangunan dengan menggunakan perusahaan *e-commerce* lokal dan internasional sebagai fokus studi kasus. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data sekunder dari literatur, laporan resmi, dan artikel ilmiah. Temuan studi menunjukkan bahwa telekomunikasi merupakan kontributor utama untuk kesuksesan operasional perusahaan *e-commerce* seperti Tokopedia, Amazon, Alibaba, dan Shopify dengan meningkatkan efisiensi operasional, jangkauan pasar, dan kualitas layanan. Namun, kemajuan tersebut juga menimbulkan isu seperti ketimpangan digital divide, risiko keamanan data, dan ketatnya persaingan internasional. Isu-isu ini mengharuskan penggunaan telekomunikasi yang efektif untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif, mendorong transformasi ekonomi digital, dan memperkuat posisi *e-commerce* sebagai fasilitator utama perkembangan sosial dan ekonomi di dunia kontemporer.
Kata kunci: Telekomunikasi, Pembangunan, *E-commerce*, Ekonomi Digital, UMKM

Abstract

Advances in telecommunications are crucial in supporting social and economic activities in the digital age. Developments in information and telecommunications technology facilitate information sharing, accelerate business processes, and drive digital economic growth. This study aims to examine the role and impact of telecommunications in development, using local and international *e-commerce* companies as case study subjects. The research method used is descriptive qualitative with secondary data collection from literature, official reports, and scientific articles. The study findings show that telecommunications is a major contributor to the operational success of *e-commerce* companies such as Tokopedia, Amazon, Alibaba, and Shopify by increasing operational efficiency, market reach, and service quality. However, these advances also raise issues such as the digital divide, data security risks, and intense international competition. These issues require the effective use of telecommunications to support inclusive economic growth, drive digital economic transformation, and strengthen the position of *e-commerce* as a key facilitator of social and economic development in the contemporary world.
Keywords: *Telecommunications, Development, E-commerce, Digital*

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi Informasi dan Komunikasi memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi proses produksi barang dan jasa serta mendukung peningkatan daya saing pelaku usaha. Perkembangan Telekomunikasi terjadi sangat pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi di Indonesia menunjukkan tren positif. Hal ini dapat terlihat dari peningkatan nilai Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK), yang digunakan sebagai acuan untuk menilai pertumbuhan pembangunan telekomunikasi, memetakan kesenjangan digital antarwilayah, serta menilai potensi perkembangan teknologi informasi di berbagai daerah. Faktor utama dalam kemajuan teknologi informasi untuk mendukung

DOI Artikel: doi.org/10.55883/jiemas.v5i3.114

pertumbuhan ekonomi adalah perlunya pengembangan teknologi yang dilakukan secara merata dan berkesinambungan (Bangsawan et al., 2023).

Seperti yang kita tahu, berkat kemudahan akses internet dan semakin tingginya penggunaan perangkat seluler, Perkembangan *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring dengan kemudahan akses internet dan meningkatnya penggunaan perangkat seluler. *E-commerce* telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbelanja menjadi lebih mudah, cepat, dan praktis. Peningkatan ini juga didorong oleh dominasi generasi muda yang produktif, tingginya penetrasi internet, serta maraknya penggunaan media sosial. Masyarakat kini lebih menyukai layanan yang cepat, fleksibel, dan sederhana, sehingga platform *e-commerce* menjadi pilihan utama untuk memenuhi berbagai kebutuhan (Muhammad Angka Widjaya & Muhammad Iqbal Fasa, 2025).

Penelitian ini dilakukan karena telekomunikasi memiliki peran penting dalam mempercepat pembangunan ekonomi dan sosial di era digital. Perkembangan teknologi komunikasi memberikan peluang besar bagi perusahaan *e-commerce*, baik lokal maupun internasional, untuk menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan kualitas layanan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Namun, perkembangan ini juga menimbulkan beberapa tantangan, seperti kesenjangan akses internet antarwilayah dan persaingan pasar yang semakin ketat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami apa yang dimaksud dengan telekomunikasi, bagaimana perannya dalam mendorong pembangunan, penelitian ini juga menganalisis dampak perkembangan telekomunikasi serta mengetahui bagaimana perusahaan *e-commerce* lokal maupun internasional.

B. Rumusan Masalah

1. Apa yang dimaksud dengan Telekomunikasi?
2. Bagaimana peran Telekomuniasi dalam membantu pembangunan di era digital?
3. Apa saja dampak perkembangan Telekomunikasi?
4. Bagaimana perusahaan *e-commerce* lokal dan internasional?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengertian Telekomunikasi.
2. Untuk mengetahui peran Telekomunikasi dalam mendukung pembangunan ekonomi dan sosisal di era digital.
3. Untuk mengetahui dampak Perkembangan Telekomunikasi.
4. Untuk mengetahui bagaimana perusahaan *e-commerce* lokal dan internasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memahami peran dan dampak telekomunikasi terhadap pembangunan ekonomi dan sosial, khususnya pada perusahaan *e-commerce* lokal dan internasional. Data yang digunakan berasal dari sumber sekunder, seperti dokumen perusahaan, laporan tahunan, artikel ilmiah, literatur terkait telekomunikasi dan *e-commerce*, serta publikasi resmi pemerintah mengenai infrastruktur telekomunikasi. Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, dengan menyeleksi dan menganalisis dokumen yang relevan agar informasi yang diperoleh akurat dan komprehensif.

Analisis data dilakukan secara deskriptif, mulai dari penyaringan informasi penting, penyusunan narasi, hingga penarikan kesimpulan berdasarkan pola dan tema yang muncul. Penelitian ini memberikan gambaran bagaimana telekomunikasi membantu perusahaan *ecommerce* mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan pasar. Selain itu, penelitian ini menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi komunikasi secara efektif oleh perusahaan *e-commerce*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Telekomunikasi

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999, telekomunikasi adalah proses pemancaran, pengiriman,

p-ISSN 2827-9395
e-ISSN 2827-9433

dan penerimaan informasi dalam bentuk tanda, tulisan, suara, gambar, dan data melalui berbagai media, seperti kawat, optik, radio, atau sistem elektronik lainnya. Definisi serupa juga dijelaskan oleh *International Telecommunication Union* (ITU), yang menyebut telekomunikasi sebagai proses transmisi atau penerimaan informasi melalui sistem elektromagnetik, termasuk sinyal, tulisan, suara, gambar, maupun data. Secara bahasa, istilah telekomunikasi berasal dari kata "tele" yang berarti jarak jauh dan "komunikasi" yang berarti penyampaian informasi. Secara sederhana, telekomunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi atau berita dari satu tempat ke tempat lain yang berjauhan dengan bantuan alat atau media elektronik. Beberapa studi juga menjelaskan bahwa komunikasi pada dasarnya adalah aktivitas manusia, baik secara individu maupun mewakili suatu lembaga, yang dilakukan dengan tujuan tertentu dan melalui proses yang terencana. Dalam komunikasi, dibutuhkan partisipasi dan kerja sama dari pihak-pihak yang terlibat, bersifat simbolis, saling memengaruhi, dan mampu menghubungkan orang meskipun terpisah oleh jarak dan waktu (Dharmajaya et al., 2024).

Telekomunikasi adalah bentuk komunikasi elektronik yang memungkinkan manusia untuk bertukar informasi tanpa memandang jarak. Dengan kemajuan teknologi, telekomunikasi tidak lagi terbatas pada komunikasi suara, tetapi juga mencakup transmisi gambar, video, dan data digital. Contoh aplikasi telekomunikasi saat ini antara lain telepon, pesan teks, email, video call, internet, radio, televisi, dan satelit. Perkembangan ini telah membuat komunikasi menjadi lebih cepat, lebih efisien, dan terhubung secara global. Dengan demikian, telekomunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari dengan memfasilitasi pertukaran informasi dan meningkatkan produktivitas di berbagai sektor (Aini et al., 2025).

B. Peran Telekomuniasi dalam Membantu Pembangunan di Era Digital

Telekomunikasi memegang peranan penting dalam pembangunan di era digital karena merupakan fondasi utama untuk mempercepat arus informasi, meningkatkan kualitas layanan publik, dan mendukung tercapainya pembangunan yang berkelanjutan. Melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), pemerintah dapat menerapkan konsep smart city yang meningkatkan efisiensi pengelolaan kota, mulai dari sektor transportasi, kesehatan, hingga pelayanan administrasi. Di sektor pertanian, telekomunikasi memudahkan akses petani terhadap informasi terkait pasar, kondisi cuaca, dan teknik budidaya modern, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan mereka. Selain itu, literasi digital yang didukung oleh infrastruktur telekomunikasi membuka akses pendidikan, memperluas kesempatan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Namun demikian, tantangan seperti kesenjangan digital antara daerah perkotaan dan pedesaan, keterbatasan infrastruktur, dan biaya teknologi masih perlu diatasi agar manfaat telekomunikasi dapat dirasakan secara merata. Dengan integrasi yang tepat, telekomunikasi berpotensi menjadi pendorong utama pembangunan yang inklusif, efisien, dan berkelanjutan di era digital (Erlinnawati & Purwanto, 2024).

Kemajuan di bidang telekomunikasi telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi. Melalui jaringan internet, platform digital, dan layanan informasi, telekomunikasi telah menciptakan peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi, terutama melalui pengembangan *e-commerce*, inovasi bisnis, dan pembentukan ekosistem bisnis berbasis teknologi. Penerapan teknologi dalam proses bisnis telah memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan kinerja, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi. Selain itu, akses

DOI Artikel: doi.org/10.55883/jiemas.v5i3.114

terhadap teknologi informasi memudahkan transaksi keuangan seperti e-banking, m-banking, dan pembayaran digital yang pada akhirnya mempercepat perputaran ekonomi dan membuka peluang baru bagi masyarakat luas. Namun demikian, tantangan seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur masih perlu diatasi agar manfaat telekomunikasi dapat dirasakan secara merata (Gemawaty Cut Asiana, 2024). Adapun manfaat teknologi informasi dalam pertumbuhan ekonomi adalah untuk membantu proses dan operasi, pengambilan keputusan, dan membentuk strategi untuk mendapatkan keuntungan yang kompetitif (Harahap et al., 2024).

Selain berperan dalam sektor ekonomi, telekomunikasi juga berkontribusi secara signifikan terhadap perkembangan sosial di era digital. Internet, media sosial, dan berbagai platform komunikasi memungkinkan penyebaran informasi secara cepat, luas, dan efektif. Hal ini memudahkan masyarakat untuk mengakses pengetahuan, mengikuti perkembangan kebijakan pemerintah, dan mendapatkan layanan publik seperti pendidikan dan kesehatan. Penggunaan platform digital juga membuka peluang bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial, pemberdayaan diri, dan program pembangunan. Interaksi dalam komunitas digital memperkuat jaringan sosial, meningkatkan solidaritas, dan memudahkan koordinasi antar organisasi dan komunitas. Namun, tantangan seperti kesenjangan digital, keterbatasan fasilitas, dan rendahnya literasi digital masih perlu diatasi. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, organisasi sosial, dan masyarakat sangat penting untuk memperluas akses dan penggunaan teknologi secara inklusif, sehingga telekomunikasi dapat menjadi pilar utama dalam pembangunan sosial yang modern dan kompetitif (Anggraini et al., 2025).

C. Dampak Perkembangan Telekomunikasi

Kemajuan taknologi komunikasi dan telekounikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi modern, terutama internet, memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan komunikasi, yang berdampak positif pada berbagai bidang seperti sosial, pendidikan, dan ekonomi. Namun, disisi lain, perkembangan ini juga menimbulkan sejumlah tantangan dan dampak negatif yang perlu diperhatika. Berikut ini dijelaskan berbagai dampak positif dan negatif yang muncul akibat perkembangan tegnologi komunikasi dan telekomunikasi.

1. Dampak Positif
   a. Meningkatkan Intensitas Komunikasi
      Perkembangan teknologi, khususnya internet, mempermudah masyarakat untuk berkomunikasi tanpa batas jarak dan waktu melalui pesan, telepon, dan video call.
   b. Mempercepat Penyebaran Informasi
      Internet membuat informasi dapat diakses secara *real time*. Berita, pengetahuan, dan literatur dari berbagai negara dapat diperoleh dengan cepat.
   c. Memajukan Dunia Pendidikan
      Perkembangan teknologi komunikasi mendukung kemajuan dunia pendidikan dengan memberikan akses informasi yang lebih luas dan cepat. Masyarakat, termasuk di daerah terpencil, kini dapat memanfaatkan internet untuk memperoleh pengetahuan dan wawasan baru, sehingga pemerataan pendidikan menjadi lebih mudah terwujud (Daud et al., 2021).
   d. Meningkatkan pertumbuhan bisnis online
      Dengan adanya *e-commerce* dan berbagai platform jual beli daring membuka peluang ekonomi baru, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan menengah.

p-ISSN 2827-9395
e-ISSN 2827-9433

e. Peningkatan Aktivitas Ekonomi
E-commerce mendorong pertumbuhan jual-beli baik lokal maupun internasional, termasuk ekspor dan impor.

2. Dampak Negatif
   a. Penggunaan teknologi berlebihan, khususnya di kalangan generasi muda, menyebabkan berkurangnya komunikasi tatap muka dan menurunnya kedekatan sosial.
   b. Seiring dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi, risiko terhadap pelanggaran privasi dan keamanan data juga semakin tinggi, termasuk potensi terjadinya peretasan, pencurian identitas, serta penyalahgunaan informasi pribadi (Rabbani & Najicha, 2023).
   c. Risiko Kesehatan Akibat Teknologi. Paparan radiasi dari telepon genggam diduga dapat memicu masalah kesehatan seperti sakit kepala, gangguan tidur, dan bahkan risiko penyakit serius seperti kanker.
   d. Cara berkomunikasi seperti surat-menyurat dan percakapan langsung semakin ditinggalkan, digantikan oleh SMS, chatting, dan media sosial (Mohamad Sudi, 2019).
   e. Maraknya penipuan online, mulai dari produk yang tidak sesuai deskripsi hingga barang tidak dikirim, membuat kepercayaan masyarakat terhadap *e-commerce* sempat menurun (Mustajibah, 2021).

D. Studi kasus perusahaan *e-commerce* lokal dan internasional

1. Studi Kasus Perusahaan *E-commerce* Lokal (Tokopedia)

Tokopedia adalah salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia. Perusahaan rintisan ini didirikan oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison pada tahun 2007, dan secara resmi diluncurkan ke publik pada tanggal 17 Agustus 2009. Tokopedia berfungsi sebagai platform marketplace yang menghubungkan penjual dan pembeli secara online, sehingga memudahkan masyarakat untuk bertransaksi dengan cara yang lebih praktis dan aman.

Pada tahap awal operasinya, Tokopedia hanya memiliki 509 merchant dan 4.560 anggota. Namun, dalam waktu satu tahun, jumlah tersebut meningkat secara signifikan menjadi 4.659 merchant dan 44.785 anggota. Pertumbuhan ini juga tercermin dari nilai transaksi yang awalnya hanya sebesar Rp 33 juta, kemudian meningkat menjadi lebih dari Rp 5,9 miliar di tahun pertama.

Kesuksesan Tokopedia tidak terlepas dari dukungan investasi, salah satunya datang dari Alibaba Group, perusahaan *e-commerce* terbesar asal Tiongkok. Pendanaan ini membuat Tokopedia dapat terus berkembang menjadi salah satu startup unicorn di Indonesia, yaitu perusahaan rintisan yang memiliki valuasi lebih dari USD 1 miliar.

Selain itu, Tokopedia memiliki misi untuk mendukung pemerataan ekonomi digital di Indonesia. Visi ini sejalan dengan program pemerintah seperti 8 Juta UMKM Go Online dan Ekonomi Inklusif. Dengan menyediakan platform yang mudah diakses, Tokopedia membantu para pelaku UMKM memperluas jangkauan pemasaran produk mereka.

a. Fitur-Fitur Unggulan Tokopedia

Tokopedia memiliki berbagai fitur untuk mendukung penjual dan pembeli, di antaranya:

1) Gold Merchant yaitu Memberikan keistimewaan berupa lencana emas, promosi melalui TopAds, statistik toko, dan slot admin gratis.
2) Free Returns yaitu Memudahkan pembeli mengembalikan produk secara gratis jika tidak sesuai pesanan.
3) Stock Management yaitu Membantu penjual mengatur persediaan stok secara otomatis.

DOI Artikel: doi.org/10.55883/jiemas.v5i3.114

4) Mitra Toppers yaitu Memberikan akses pinjaman modal usaha melalui kerja sama dengan berbagai bank dan fintech.
5) Pre-Order yaitu Memungkinkan penjual memproses pesanan dalam jumlah besar dengan waktu tambahan hingga 30 hari.
6) Instoped yaitu Memudahkan penjual mengunggah produk langsung ke Instagram untuk memperluas jangkauan promosi.
7) User Management yaitu Penjual dapat menambah hingga 10 admin untuk mengelola toko secara lebih efektif.

Dengan strategi inovasi teknologi dan dukungan berbagai fitur, Tokopedia menjadi salah satu platform *e-commerce* lokal yang mampu bersaing dengan perusahaan internasional.

2. Studi Kasus Perusahaan *E-commerce* Internasional

Selain Tokopedia, terdapat beberapa perusahaan *e-commerce* internasional yang memiliki dampak besar pada perkembangan industri digital global, yaitu Amazon, Alibaba, dan Shopify. a. Amazon

Amazon.com didirikan oleh Jeff Bezos pada tahun 1994 dan awalnya hanya menjual buku secara online. Kini, Amazon menjadi toko online terbesar di dunia dengan produk yang sangat beragam, seperti buku, elektronik, pakaian, peralatan rumah tangga, hingga konten digital.

Amazon dikenal dengan teknologi canggih, pelayanan pelanggan terbaik, dan desain aplikasi yang user-friendly. Pengguna dapat dengan mudah menemukan produk melalui fitur pencarian dan kategori. Selain itu, Amazon juga memberikan banyak promo dan harga bersaing, membuatnya menjadi platform yang disukai konsumen di seluruh dunia. Amazon memiliki strategi antara lain:

1) Sistem Pemasaran yaitu Amazon memanfaatkan iklan di berbagai platform digital seperti YouTube dan blog.
2) Layanan Pelanggan yaitu Memberikan panduan, rekomendasi produk, dan layanan personalisasi.
3) Sistem Produksi & Distribusi yaitu Amazon memiliki gudang berteknologi tinggi dengan kemampuan rotasi stok 20 kali setahun dan kapasitas gudang yang terus berkembang.
4) Konten Digital & Game yaitu Menjual e-book, musik, aplikasi, dan bahkan mengembangkan game sendiri.
5) Model Bisnis B2C (Business to Customer) yaitu Produk dijual langsung ke konsumen tanpa perantara, membuat harga lebih terjangkau.

Amazon membuktikan bahwa keberhasilan *e-commerce* sangat bergantung pada teknologi, efisiensi logistik, dan pengalaman pengguna. b. Alibaba

Alibaba.com didirikan oleh Jack Ma pada tahun 1999 dan berkembang menjadi salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di dunia. Berbeda dengan Amazon, Alibaba lebih fokus pada model bisnis B2B (Business to Business), yaitu menghubungkan produsen, pemasok, dan pembeli dalam skala besar.

Alibaba memiliki beberapa platform populer seperti Taobao dan Tmall yang digunakan oleh jutaan pedagang di Tiongkok. Dengan model bisnis ini, Alibaba menjadi jembatan antara pelaku usaha kecil, menengah, dan besar,

p-ISSN 2827-9395
e-ISSN 2827-9433

baik di pasar domestik maupun internasional. Alibaba memiliki strategi antara lain:

1) Mendukung UMKM yaitu Menjadi platform yang memudahkan usaha kecil dan menengah untuk memasarkan produknya secara global.
2) Layanan Perantara yaitu Tidak menjual produk langsung, tetapi memfasilitasi penjual dan pembeli agar lebih mudah bertransaksi.
3) Inovasi Teknologi yaitu Alibaba mengembangkan jaringan logistik pintar dan sistem pembayaran digital untuk mempercepat proses pengiriman dan transaksi.
4) Ekspansi Global yaitu Alibaba telah menjangkau lebih dari 190 negara dan terus memperluas pasar internasionalnya.

Dengan pendekatan berbasis teknologi dan dukungan ekosistem digital yang luas, Alibaba menjadi salah satu pionir *e-commerce* global yang mempengaruhi pasar Indonesia.

c. Shopify

Shopify adalah perusahaan *e-commerce* asal Kanada yang didirikan pada tahun 2006. Berbeda dengan Tokopedia, Amazon, dan Alibaba, Shopify bukan hanya marketplace, tetapi platform untuk membangun toko online pribadi. Melalui Shopify, pemilik usaha dapat membuat website, mengelola inventaris, mengatur pembayaran, dan mempromosikan produk mereka sendiri.

Shopify dikenal karena kemudahannya bagi pelaku bisnis, baik skala kecil maupun besar. Platform ini telah digunakan oleh lebih dari 175 negara dan dipercaya oleh ribuan pengusaha di seluruh dunia.

1) Analisis SWOT Shopify:

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan oleh organisasi untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi. Metode ini sangat penting karena membantu organisasi memahami keunggulan yang dimiliki serta area yang perlu diperbaiki agar kinerja organisasi

a) Kekuatan: Memiliki teknologi inovatif, jaringan dealer kuat, dan integrasi fitur lengkap.
b) Kelemahan: Membutuhkan investasi besar dalam teknologi dan sumber daya manusia.
c) Peluang: Permintaan toko online meningkat pasca pandemi, terutama dari UMKM.
d) Ancaman: Persaingan ketat dan perubahan perilaku konsumen yang cepat.

Shopify juga memanfaatkan strategi pemasaran digital melalui media sosial, YouTube, Instagram, dan Facebook, serta memberikan fitur khusus seperti Shopify Mobile dan Shopify POS untuk penjualan offline (Latip, n.d.).

KESIMPULAN

Telekomunikasi memainkan peran penting dalam mendukung perkembangan ekonomi dan sosial di era digital saat ini. Dengan kemajuan teknologi komunikasi, perusahaanperusahaan *e-commerce*, baik lokal seperti Tokopedia maupun internasional seperti Amazon, Alibaba, dan Shopify, dapat mengembangkan bisnisnya, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kualitas layanan. Perkembangan telekomunikasi juga memberikan dampak positif, antara lain mempermudah komunikasi, mempercepat penyebaran informasi, mendorong kemajuan pendidikan, dan meningkatkan pertumbuhan bisnis online yang berkontribusi pada kegiatan ekonomi. Namun demikian, terdapat sejumlah

DOI Artikel: doi.org/10.55883/jiemas.v5i3.114

tantangan yang perlu diatasi, seperti kesenjangan akses internet antar wilayah, risiko keamanan data, berkurangnya interaksi sosial secara tatap muka, dan peningkatan kasus penipuan online. Oleh karena itu, pembangunan infrastruktur telekomunikasi yang merata dan peningkatan literasi digital menjadi sangat penting agar manfaat dari teknologi ini dapat dinikmati oleh seluruh lapisan masyarakat secara adil dan berkelanjutan.

SARAN

Pemerintah dan pelaku industri perlu bekerja sama untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas infrastruktur telekomunikasi, terutama di daerah-daerah tertinggal. Selain itu, program literasi digital harus terus digencarkan agar masyarakat dapat menggunakan teknologi secara bijak dan aman. Perusahaan *e-commerce* juga didorong untuk terus berinovasi dalam memperkuat keamanan transaksi dan memberikan edukasi kepada konsumen untuk mencegah terjadinya penipuan online. Dengan langkah-langkah tersebut, telekomunikasi dapat memainkan peran kunci dalam mendorong pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, Q., Handayani, T. A., & Mansur, M. (2025). Pengawasan Terhadap Penyedia Jasa Telekomunikasi Wi-Fi Tanpa Izin Dalam Infrastruktur Pada Dpmptsp Bojonegoro. *PESHUM: Jurnal Pendidikan …*, *4*(2), 2580–2596. http://ulilalbabinstitute.id/index.php/PESHUM/article/view/7377%0Ahttps://ulilalbabinstitute.id/index.php/PESHUM/article/download/7377/6119

Anggraini, C., Sari, I. P., Lubis, I. A., Junjungan, M. A., & Suhana, S. (2025). Peran Teknologi Informasi Dalam Mendukung Perkembangan Bisnis Digital Di Kelurahan Sidorejo Hilir JURNAL MEDIA INFORMATIKA [JUMIN]. *Jurnal Media Informatika (JUMIN)*, *6*(2), 1244–1249.

Bangsawan, Nuryartono, N., & Pasaribu, S. H. (2023). Impact of Information and Communication Technology on Economic Growth in Western and Eastern Region of Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, *12*(2), 146–158. https://doi.org/10.29244/jekp.12.2.2023.146-158

Daud, R. F., Komunikasi, I., Kotabumi, U. M., & Utara, L. (2021). Dampak Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Bahasa Indonesia. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, *5*(2), 252–269. https://doi.org/10.30596/interaksi.v5i2.7539

Dharmajaya, M. A., Isnan, M., Ikhwan, N., & Syahiddinillah, F. (2024). *Implikasi Ekonomi UU Telekomunikasi Nomor 36 Tahun 1999 dan Ekosistem Komunikasi Digital*. *204*, 132–141. https://doi.org/10.32509/wacana.v23i1.3643

Erlinnawati, A., & Purwanto, E. (2024). *Peran Teknologi dan Komunikasi dalam Manajemen Pembangunan Berkelanjutan*. *1*(4), 1–11.

Gemawaty Cut Asiana. (2024). Peranan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam Pertumbuhan Ekonomi di

p-ISSN 2827-9395
e-ISSN 2827-9433

Provinsi DKI Jakarta Cut Asiana Gemawaty Universitas Gunadarma. *Jurnal Serambi Ekonomi Dan Bisnis*, *7*(1), 237–243. https://ojs.serambimekkah.ac.id/serambi-

Harahap, H. H., Anggriani, R., & Ayu, A. P. (2024). Peran Teknologi Informasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Informatika, Sistem Informasi Dan Kehutanan (FORSINTA)*, *3*(2), 116–125. https://doi.org/10.53978/jfsa.v3i2.564

Latip, A. (n.d.). *Studi Kasus Perusahaan E-commerce Lokal dan Internasional*. *223121*.

Mohamad Sudi. (2019). Implikasi Perkembangan Teknologi Komunikasi Terhadap Peradaban Dan Komunikasi Antar Manusia. *Gema Kampus IISIP YAPIS Biak*, *13*(2), 33–46. https://doi.org/10.52049/gemakampus.v13i2.68

Muhammad Angka Widjaya, & Muhammad Iqbal Fasa. (2025). Analisis Peran *E-commerce* dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi (EKONOM)*, *1*(2), 96–102. https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i2.60

Mustajibah, T. (2021). Dinamika *E-commerce* Di Indonesia Tahun 1999-2015. *E-Journal Pendidikan Sejarah*, *10*(3), 3–11.

Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Researchgate.Net*, *November*, 0–13. https://www.researchgate.net/profile/Dana-Rabbani/publication/375525102_Pengaruh_Perkembangan_Teknologi_terhadap_Kehidupan_dan_Interaksi_Sosial_Masyarakat_Indonesia/links/654dcc8dce88b87031d8db65/Pe ngaruh-Perkembangan-Teknologi-terhadap-Kehidupan-dan-Inte