

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 E-Commerce dan Metode Pembayaran Online**

Berdasarkan penjelasan Laudon dan Traver (2017a), *e-commerce* melibatkan internet, *world wide web* (WEB), dan *mobile apps* serta media perambah digital dalam menjalankan perangkat untuk bertransaksi bisnisnya. Penjelasan mengenai *e-commerce* ini juga dapat diartikan secara lebih mendalam yang memiliki keterkaitan dengan kemampuan digital yang memperbolehkan transaksi digital di antara atau antara organisasi dan individu. Komponen yang terdapat dalam *e-commerce* seperti bentuk transaksi digital serta transaksi yang bersifat perniagaan sangat penting dibutuhkan.

Berdasarkan penjelasan Laudon dan Traver (2017b), mekanisme pembayaran yang menggunakan metode seperti kartu kredit, kartu debit, dan media lain merupakan media yang dapat beradaptasi dengan lingkungan *online*. Metode ini adalah hal baru untuk menghubungkan pembelian antar individu dan merupakan teknologi di *platform mobile* yang terbaru sebagai media pembayarannya.

##### *1. Online Credit Card*

Kartu kredit dan kartu debit menjadi media pembayaran yang mendominasi pembayaran *online*. *Online credit card* mampu memberikan banyak cara dalam memproses pembelian pada *store* dengan cara yang tidak terlihat secara nyata.

##### *2. Online Stored Value Payment System*

*Online Stored Value Payment System* merupakan salah satu alternatif dalam memberikan layanan untuk sistem pembayaran. Layanan ini memberikan izin kepada konsumen untuk bertransaksi secara *online* dengan *merchant* atau individu lainnya melalui akun bank serta dapat juga menggunakan kartu kredit atau debit. Metode pembayaran ini dapat ditemukan pada jenis metode alternatif pembayaran seperti *PayPal*.

### 3. *Mobile Payment Systems*

Media pembayaran menggunakan *mobile device* yang cukup dikenal di masyarakat adalah *Near Field Communication* (NFC). NFC merupakan teknologi tanpa kabel yang diatur dalam jarak pendek untuk memberikan informasi antar perangkat.

### 4. *Social/Mobile Peer to Peer Payment Systems*

*Mobile device* merupakan suatu sarana bagi *e-commerce* serta alat untuk bertransaksi. Layanan jasa transaksi ini dikenal dengan *e-wallet*, dimana layanan ini memperbolehkan pengguna untuk mengirimkan uang kepada orang lain melalui aplikasi *mobile* atau *website* yang dananya bersumber dari kartu debit.

## **2.2 Status Literasi Digital**

Perkembangan *e-commerce* juga tidak lepas dari tingkat literasi digital di masyarakat. KOMINFO dalam *Status Literasi Digital Indonesia 2020 Hasil Survei di 34 Provinsi* menjelaskan pengukuran literasi digital dilakukan dengan 4 sub-indeks kategori dan tiap sub-indeks kategorinya secara keseluruhan di ukur dengan 7 pilar, sebagai berikut ini :

## 1. Pengukuran Sub–Indeks Kemampuan Teknologi

### a. Pilar Kemampuan Teknologi

Pengukuran pilar kemampuan teknologi akan dilakukan melalui tingkat kemampuan dalam menghubungkan *device* ke jaringan *wifi*, kemampuan dalam *download* file yang bersumber dari internet, kemampuan dalam *upload* *file* ke media internet, serta kemampuan dalam melakukan instalasi aplikasi di dalam *device* yang digunakan.

## 2. Pengukuran Sub–Indeks Keamanan

### a. Pilar Keamanan Pribadi

Pengukuran pilar keamanan pribadi dilakukan dengan cara menyaring mengenai publikasi yang di *upload*, kemampuan untuk tidak mempublikasi data yang bersifat pribadi, kemampuan dalam mengaktifkan atau menonaktifkan GPS, dan kemampuan dalam melakukan *report* terhadap penyalahgunaan jaringan sosial yang bersifat negatif.

### b. Pilar Keamanan Perangkat

Pilar keamanan perangkat akan diukur melalui kebiasaan dalam membuat *password* yang menggunakan kombinasi, melakukan *back up* data ke beberapa tempat, menggunakan aplikasi yang mampu melakukan penghapusan terhadap virus, serta mampu membedakan *email* yang berisikan dengan virus atau spam.

## 3. Pengukuran Sub–Indeks Informasi dan Literasi Data

### a. Pilar Berpikir Kritis

Pengukuran dilakukan melalui respon kebiasaan dalam mencari atau mengetahui informasi dalam *website* yang bersifat benar atau salah, memiliki kebiasaan dalam membandingkan berbagai sumber informasi, melakukan pengecekan identitas terhadap lawan bicara yang ada di media *online*, dan mencari rekam jejak dari pemberi informasi di media *online*.

b. Pilar Informasi dan Literasi Data

Pengukuran dalam mengukur tingkat informasi dan literasi data diukur berdasarkan kemampuan mencari dan melakukan akses data, mengakses informasi dan konten yang sesuai dengan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam memfilter data, kemampuan dalam menyimpan data, serta memiliki kemampuan dalam mengatur alat pencarian data.

4. Pengukuran Sub-Indeks Komunikasi dan Kolaborasi.

a. Pilar Kemampuan Berkomunikasi

Mengukur pilar kemampuan berkomunikasi dilakukan dengan cara mengukur kebiasaan dalam mempertimbangkan mengenai keragaman budaya, agama dan usia, mempertimbangkan cara melakukan komunikasi dengan lawan bicara, kemampuan dalam membagikan data, serta kemampuan dalam berinteraksi melalui *device* yang digunakan untuk berkomunikasi.

b. Pilar Etika Dalam Teknologi

Pengukuran terhadap etika dalam teknologi diukur melalui dengan cara menuliskan opini menggunakan bahasa yang sopan, bertanggung jawab terhadap penyebaran informasi yang dituliskan maupun yang disebar, serta

mencantumkan sumber pencipta karya baik secara tulisan, desain, foto, atau dalam bentuk gambar.

### 2.3 Studi Terkait

Penelitian Sianturi (2017) menjelaskan bahwa aktivitas belanja semakin mudah dilakukan melalui *e-commerce*. Kemudahan tersebut berdampak baik terhadap kondisi negara. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui transformasi dunia perbankan merespon berkembangnya sektor *e-commerce* serta meningkatkan pengetahuan masyarakat ke arah masyarakat digital. Penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan sumber data diambil dari Bank Indonesia (BI). Penelitian ini memperoleh hasil bahwa dalam mewujudkan ekonomi digital diperlukan adanya susunan *roadmap e-commerce* nasional, efisiensi sistem pembayaran, serta mendorong perluasan transaksi non tunai di masyarakat.

Penelitian lain yang dilakukan Ayu dan Lahmi (2020) menganalisis peran *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia selama pandemi COVID-19 dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dan jenis data berupa data sekunder. Kesimpulan penelitian ini menyebutkan bahwa aturan dari *physical distancing* yang mengharuskan masyarakat untuk tetap di rumah menyebabkan perubahan pola transaksi konvensional menjadi berbasis digital.

Penelitian lain yang dilakukan Widiastuti dan Silfiana (2021) dalam menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap pertumbuhan ekonomi Pulau Jawa. Metode pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Provinsi Banten menjadi provinsi yang mengalami kontraksi

paling dalam. Provinsi D.I. Yogyakarta menjadi provinsi tercepat membaik kondisi pemulihan ekonominya. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa, untuk mempercepat pemulihan ekonomi secara nasional harus dimulai dari Pulau Jawa karena dinilai menjadi kontributor terbesar dalam pembuatan kebijakan revitalisasi industri pengolahan, peningkatan akses dan permodalan pada UMKM, serta optimalisasi pemanfaatan desa dalam alternatif inovasi pembangunan di masa pandemi dengan padat karya, pengembangan BUMDes atau pengembangan potensi desa wisata.

Penelitian Damayanti *et.al.*, (2021) memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital terhadap penggunaan *e-commerce* khususnya UMKM di Kayungyun, Malang. Jenis penelitian yang dilakukan berupa penelitian kuantitatif, dengan sampel yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Proses pengambilan datanya menggunakan instrumen berupa kuesioner. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa literasi digital memiliki kontribusi yang signifikan terhadap penggunaan *e-commerce* pada UMKM di Kayungyun, Malang sebesar 40%.