

# Dampak Penggunaan E-commerce Terhadap Kalangan Remaja pada Society 5.0

Faradhila Saffa Dhamira, Anik Nur Handayani\*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: aniknur.ft@um.ac.id

Paper received: 06-10-2022; revised: 15-10-2022; accepted: 29-10-2022

## Abstract

In the increasingly advanced era of Society 5.0, the use of e-commerce is becoming more widespread, including among teenagers. However, the impact of e-commerce use on teenagers is still a concern for many. This article discusses the impact of e-commerce use on teenagers in Society 5.0. Along with the increasing use of e-commerce by teenagers, this article discusses the positive and negative impacts of e-commerce use on teenagers and society. In addition, this article also discusses efforts that can be made to minimize the negative impacts of e-commerce use on teenagers. Through this article, it is hoped to gain a more complete understanding of e-commerce use among teenagers in Society 5.0 and to help society make wiser decisions in using this technology.

**Keywords:** society 5.0; e-commerce; teenagers

## Abstrak

Dalam era Society 5.0 yang semakin maju, penggunaan e-commerce semakin meluas, termasuk di kalangan remaja. Namun, dampak penggunaan e-commerce terhadap kalangan remaja masih menjadi perhatian banyak orang. Artikel ini membahas tentang dampak penggunaan e-commerce terhadap kalangan remaja pada Society 5.0. Seiring dengan meningkatnya penggunaan e-commerce oleh remaja, artikel ini mengulas dampak positif dan negatif dari penggunaan e-commerce terhadap remaja dan masyarakat secara keseluruhan. Selain itu, artikel ini juga membahas tentang upaya yang dapat dilakukan untuk meminimalisir dampak negatif dari penggunaan e-commerce bagi kalangan remaja. Melalui artikel ini diharapkan dapat memperoleh pengetahuan yang lebih lengkap mengenai penggunaan e-commerce di kalangan remaja dalam era Society 5.0 dan membantu masyarakat untuk mengambil keputusan yang lebih bijak dalam menggunakan teknologi tersebut.

**Kata kunci:** society 5.0; e-commerce; kalangan remaja

## 1. Pendahuluan

Di era sekarang ini, teknologi telah berkembang dan mempengaruhi setiap faktor kehidupan manusia. Teknologi memainkan peran penting dalam hidup manusia, membantu memudahkan pekerjaan, meningkatkan produktivitas, dan mempercepat akses informasi dan komunikasi. Menurut Prasetyo dan Trisyanti (2012) Industrial revolusi mengalami 4 tahapan revolusi, yaitu revolusi industri 1.0 hingga tahapan revolusi 4.0. Setiap tahapan revolusi ini memiliki dampak besar pada perkembangan ekonomi dan teknologi dunia serta membawa perubahan dalam cara manusia bekerja, memproduksi, dan hidup.

Salah satu contoh dari pengaruh teknologi yang signifikan di era saat ini adalah e-commerce. Bisnis online ini telah mengubah cara orang berbelanja, memberikan pengalaman berbelanja dengan lebih mudah, cepat, dan aman tanpa harus keluar rumah. E-commerce juga telah menghapus batasan geografis dan memungkinkan orang untuk membeli produk dari toko di negara lain. Selain itu, e-commerce memberikan peluang bisnis bagi para pebisnis kecil dan menengah untuk mengembangkan usaha mereka dan memasarkan produk mereka secara global. Penggunaan teknologi juga memungkinkan e-commerce untuk menyediakan

pengalaman pembelian yang personal dengan menyesuaikan preferensi dan perilaku konsumen.

Menurut Kotler & Amstrong (2012) menyatakan bahwa e-commerce memberikan dampak positif bagi bisnis dan konsumen. Salah satu dampak positif utama adalah memperluas pasar. Dengan adanya e-commerce, kemajuan teknologi telah mengubah cara menjalankan bisnis dijalankan tidak lagi terbatas oleh jarak dan waktu, sehingga dapat menjual produk dan jasa ke seluruh dunia. Hal ini memungkinkan bisnis untuk mencapai pasar yang lebih luas dan meningkatkan peluang penjualan mereka. Selain itu, e-commerce juga dapat meningkatkan efisiensi operasional bisnis dengan mengurangi biaya produksi, logistik, dan administrasi. Dengan mengadopsi teknologi e-commerce yang tepat, bisnis dapat mengoptimalkan proses bisnis mereka dan mengurangi biaya yang tidak perlu. Bagi konsumen, e-commerce juga memberikan kemudahan berbelanja dan akses ke produk dan jasa yang lebih luas. Konsumen tidak lagi terbatas oleh lokasi geografis dan waktu, sehingga kemajuan teknologi memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja dengan hanya menggunakan perangkat elektronik dan akses internet tanpa terikat batasan waktu dan tempat.

Penggunaan e-commerce memang memberikan banyak kemudahan dan manfaat bagi bisnis dan konsumen. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa e-commerce juga memiliki dampak negatif yang harus diwaspadai. Salah satu dampak negatif yang paling sering dari pengguna e-commerce adalah terjadi adalah kebocoran data dan privasi. Kebocoran data pribadi dan finansial dapat mengakibatkan pencurian identitas dan kerugian finansial yang signifikan bagi konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan e-commerce untuk memperhatikan dan memastikan keamanan data dan privasi konsumen dengan menggunakan teknologi keamanan yang cukup kuat. Selain itu, konsumen juga perlu meningkatkan kewaspadaan dalam memberikan informasi pribadi dan finansial mereka ketika bertransaksi online.

## **2. Metode**

Menurut Sarwono (2006), metode penelitian kualitatif, yang menggunakan pendekatan deskriptif dan interpretatif untuk memahami suatu fenomena atau objek penelitian melalui pengumpulan dan analisis data non-numerik. Data yang dipakai untuk pembuatan artikel ini referensi dari jurnal-jurnal yang sudah ada pembahasan yang relevan dengan judul artikel "Dampak Penggunaan E-commerce Terhadap Kalangan Remaja pada Society 5. 0."

### **2.1. Sumber Data**

Sumber data dari artikel ini adalah mencari data yang sesuai dengan topik Dampak Penggunaan E-commerce Terhadap Kalangan Remaja pada Society 5.0 pada artikel atau jurnal yang sudah ada diambil dari google scholar.

### **2.2. Pengumpulan data**

Pengumpulan data diambil dengan cara mencari kata kunci atau topik yang relevan dengan judul artikel.

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **3.1. E-commerce**

Menurut Vermaat (2021), e-commerce adalah suatu bentuk bisnis yang melibatkan transaksi komersial melalui Internet, seperti pembelian dan penjualan produk atau layanan secara online. E-commerce dapat mencakup berbagai jenis transaksi contohnya bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen, hingga konsumen ke konsumen. Selain itu, pentingnya keamanan dalam e-commerce, termasuk enkripsi data dan sertifikasi keamanan.

Menurut Laudon e-commerce sebagai suatu bentuk perdagangan atau transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui internet. E-commerce meliputi seluruh aktivitas bisnis yang melibatkan pertukaran barang atau jasa secara elektronik, termasuk di dalamnya transaksi bisnis antara perusahaan dan konsumen, perusahaan dan perusahaan, serta konsumen dan konsumen. Selain itu, pentingnya keamanan dan privasi dalam e-commerce, serta perkembangan teknologi yang terus meningkatkan kemampuan dan potensi e-commerce di masa depan.

Menurut Turban, Efraim et al (2015), e-commerce atau perdagangan elektronik adalah proses pembelian dan penjualan produk, jasa, dan informasi melalui internet atau jaringan komputer. E-commerce telah mengubah cara bisnis dilakukan dan memberikan kesempatan untuk mengembangkan bisnis secara global serta meningkatkan efisiensi dan produktivitas. E-commerce juga memberikan manfaat kepada konsumen, seperti kemudahan berbelanja, harga yang lebih murah, dan pilihan yang lebih banyak. Namun, e-commerce juga memiliki tantangan, seperti masalah keamanan dan privasi, persaingan yang ketat, dan perubahan teknologi yang cepat.

### **3.2. Dampak Penggunaan E-commerce**

Di era saat ini perkembangan teknologi yang semakin pesat mendorong penggunaan e-commerce dan mengubah cara orang untuk berbelanja. Dalam hal ini, dampak positif dan negatif e-commerce dapat diamati dengan jelas sebagai hasil dari perkembangannya yang pesat.

Dampak positif dari e-commerce adalah kemudahan akses untuk melakukan transaksi. Melalui e-commerce, kita dapat melakukan transaksi secara online dari mana saja dan kapan saja. Selain itu, e-commerce juga memberikan pilihan produk yang lebih banyak dan harga yang lebih kompetitif. Hal ini karena adanya persaingan antara penjual yang lebih banyak dan dapat dijangkau secara internasional. Dengan demikian, kita dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan budget yang dimiliki.

Namun di sisi lain, e-commerce juga memiliki dampak negatif. Salah satu contoh dampak negatif yang dapat diambil dari penggunaan e-commerce adalah hilangnya interaksi sosial yang seharusnya terjadi dalam transaksi jual beli. Selain itu, e-commerce juga dapat menghasilkan masalah keamanan, seperti pencurian identitas, kehilangan data, dan kebocoran informasi pribadi. Hal ini terjadi karena kita harus memberikan informasi pribadi dan data keuangan dalam proses pembelian yang tidak selalu aman.

### **3.3. Kalangan Remaja**

Menurut Asrori dan Ali (2016), kalangan remaja adalah kelompok usia yang berada pada masa transisi dari masa anak-anak ke masa dewasa, di mana mereka mengalami perubahan fisik, psikologis, dan sosial yang signifikan. Pada masa remaja, individu mulai mencari identitas diri dan nilai-nilai yang akan membentuk pola pikir dan perilaku mereka di masa depan.

Kelompok usia ini juga seringkali menjadi target pasar bagi industri kreatif, seperti musik, film, dan mode, karena mereka dianggap memiliki pengaruh dan daya beli yang signifikan. Di sisi lain, remaja juga rentan terhadap berbagai masalah sosial dan kesehatan, seperti penyalahgunaan narkoba, kekerasan, dan gangguan mental. Oleh karena itu, di era saat ini orang tua berperan penting secara keseluruhan untuk memberikan dukungan dan perhatian kepada kalangan remaja agar dapat menjadi pilar penting dalam masyarakat di masa depan.

### 3.4. Society 5.0

Menurut Kaidenren pada tahun 2016 society 5.0 adalah konsep pengembangan untuk manusia. Konsep ini bertujuan untuk memanfaatkan teknologi terkini seperti AI, IoT, big data, dan robotika untuk meningkatkan kualitas hidup manusia dan menciptakan masyarakat yang lebih manusiawi, ramah lingkungan, dan berkelanjutan. Society 5.0 memiliki empat pilar utama yaitu teknologi, manusia, masyarakat, dan lingkungan, dan teknologi juga dapat digunakan sebagai alat memecahkan masalah sosial dan lingkungan. Konsep Society 5.0 menimbulkan beberapa tantangan namun diharapkan dapat membawa perubahan positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Menurut Fukuyama (2018), society 5.0 adalah konsep yang bertujuan menciptakan masyarakat berbasis teknologi cerdas dan informasi untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup manusia. Konsep ini bertujuan untuk mengatasi berbagai tantangan global yang dihadapi manusia dan menciptakan masyarakat yang lebih manusiawi dan berkelanjutan dengan mengintegrasikan teknologi dan manusia secara harmonis. Pentingnya kolaborasi antara sektor publik dan swasta serta partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan dan implementasi teknologi cerdas juga ditekankan.

## 4. Simpulan

E-commerce atau perdagangan elektronik telah memberikan banyak manfaat bagi manusia dalam beberapa tahun terakhir. Di satu sisi, e-commerce memungkinkan kita untuk berbelanja secara online dengan mudah. Selain itu, kemajuan teknologi juga memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja, tanpa terikat oleh batasan waktu dan tempat. Penggunaan e-commerce juga memberikan akses yang lebih mudah ke produk dan layanan dari seluruh dunia, yang membuat persaingan antara penjual semakin sehat dan memberikan konsumen lebih banyak pilihan. Namun, e-commerce juga memiliki dampak negatif yang perlu dipertimbangkan. Dampak ini termasuk kekhawatiran tentang privasi dan keamanan data, dengan banyak penipuan online yang dapat merugikan konsumen. Selain itu, e-commerce juga dapat merusak pasar tradisional dengan membuat banyak toko fisik tutup, dan hal ini dapat mempengaruhi lapangan pekerjaan di beberapa daerah.

## Daftar Rujukan

- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2019). Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0 [National Development Strategy Facing the Industrial Revolution 4.0]. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of marketing (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Sarwono, J. (2006). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif.
- Ali, M., & Asrori, M. (2008). Adolescent Psychology of Student Development. *Jakarta: Earth Literacy*.
- Sarwono, J. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif [Quantitative and Qualitative Research Methods]. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.

- Vermaat, M. E., Sebok, S. L., Freund, S. M., Campbell, J. T., & Frydenberg, M. (2017). *Discovering computers© 2018: Digital technology, data, and devices*. Cengage Learning.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2019). *E-Commerce 2018: business, technology, society*, vol. 14.
- Dhamira, F. S., & Handayani, A. N. (2022). Dampak Penggunaan E-commerce Terhadap Kalangan Remaja pada Society 5.0. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Edukasi Teknik (JITET)*, 2(10).
- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a new human-centered society. *Japan Spotlight*, 27(5), 47-50.
- Efraim Turban, E. T., & King Jae Kyu Lee, D. K. J. K. (2015). *Electronic commerce a managerial and social networks perspective*.