

PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI LIMA NEGARA ASEAN

Divina Trevina Salsabilla Paramitha¹⁾, Eva Ervani²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

email: diva20016@mail.unpad.ac.id email: eva.ervani@unpad.ac.id

Abstrak

Digitalization has completely changed the business landscape, with e-commerce being one of the most affected sectors. The surge in internet users has encouraged people to use e-commerce purchasing access. The aim of this research is to determine the influence of e-commerce on economic growth in Indonesia, Malaysia, Singapore, Thailand and the Philippines using annual panel data from 2017 to 2022. After reviewing the data, researchers used the Fixed Effect Model estimation technique. The research results show that e-commerce has a significant impact in increasing economic growth in five ASEAN countries. Apart from that, control variables such as population and labor force participation also show a significant influence on economic growth. Therefore, policy makers are advised to design effective and appropriate digitalization policies, especially e-commerce, to increase sustainable economic growth in the five ASEAN countries.

Kata kunci: E-commerce, Economic Growth, Panel Data

Article History

Received: Agustus 2024

Reviewed: Agustus 2024

Published: Agustus 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musyteri.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

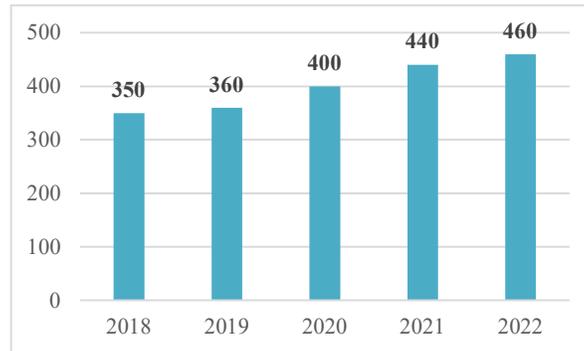
1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kesejahteraan dan perkembangan suatu negara. Menurut Wijono (2005), pertumbuhan ekonomi menggambarkan peningkatan *output* per kapita dalam jangka panjang, yang diukur melalui peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Pertumbuhan ekonomi yang konsisten dan tinggi dianggap sebagai prasyarat penting untuk menjaga keberlanjutan perkembangan ekonomi (Tambunan, 2001). Di kawasan Asia Tenggara, negara-negara ASEAN (Association of Southeast Asian Nations) berupaya mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan melalui integrasi ekonomi dan peningkatan daya saing regional (ASEAN Secretariat, 2021).

Salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi di era digital adalah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), terutama internet. Kemajuan teknologi telah melahirkan berbagai inovasi yang mendisrupsi cara bekerja, berinteraksi, dan mengakses informasi, serta mendorong pertumbuhan *e-commerce* dan ekonomi digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa teknologi memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui inovasi dan peningkatan produktivitas (Mankiw, 2010). Pertumbuhan ekonomi tidak dapat

berlangsung secara berkelanjutan tanpa adanya inovasi teknologi yang berkelanjutan (Todaro & Smith, 2004).

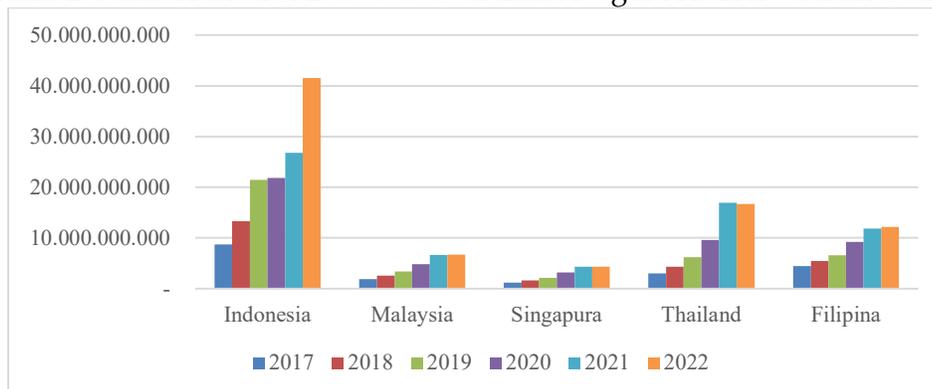
Grafik 1. Jumlah Pengguna Internet di Lima Negara ASEAN dalam Juta Jiwa



Sumber: Laporan *e-Conomy SEA* (2022)

Menurut laporan *e-Conomy SEA* (2022), jumlah pengguna internet di Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, dan Filipina terus meningkat, mencapai 460 juta orang pada tahun 2022. Grafik di atas menunjukkan peningkatan jumlah pengguna internet di ASEAN-6 dari tahun 2017 hingga 2022. Grandon dan Pearson (2004) menjelaskan bahwa *e-commerce* adalah proses penjualan produk dan layanan melalui jaringan elektronik yang terkoneksi dengan internet. Di ASEAN, jumlah pengguna *e-commerce* mengalami peningkatan signifikan dalam sepuluh tahun terakhir, menjadikannya salah satu sektor yang berkembang paling pesat dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian. Grafik berikut menggambarkan nilai transaksi *e-commerce* di lima negara ASEAN dari tahun 2017 hingga 2022:

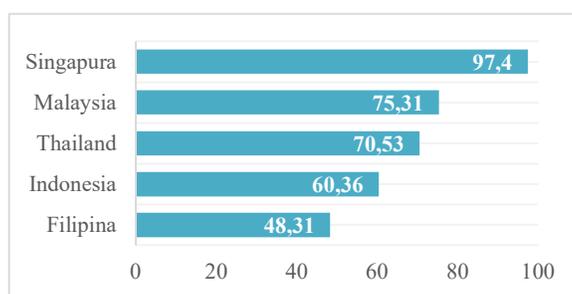
Grafik 2. Nilai Transaksi *E-commerce* di Lima Negara ASEAN dalam USD



Sumber: Statista (2023)

Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet dan nilai transaksi *e-commerce* di negara-negara ASEAN, terdapat korelasi positif dengan pertumbuhan ekonomi digital. Peningkatan adopsi teknologi digital memungkinkan akses yang lebih luas terhadap layanan *e-commerce*, yang berdampak positif terhadap transaksi ekonomi dan efisiensi pasar (Statista, 2023). Dalam konteks ini, MD World Digital Competitiveness Ranking (MDWC) yang diterbitkan oleh IMD mengukur kemampuan negara-negara dalam memanfaatkan TIK untuk meningkatkan daya saing ekonomi. Grafik berikut menunjukkan peringkat *World Digital Competitiveness Ranking* 2023:

Grafik 3. *World Digital Competitiveness Ranking* 2023 dalam Skala



Sumber: IMD World Competitive Center (2023)

Namun, penelitian sebelumnya oleh Toska et al. (2023) menunjukkan bahwa peningkatan *e-commerce* tidak selalu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Beberapa studi mengindikasikan bahwa peningkatan jumlah pengguna internet tidak selalu sejalan dengan pertumbuhan ekonomi yang positif (Sidiq et al., 2023; Maurseth, 2018). Penggunaan internet yang produktif dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, sementara penggunaan yang tidak produktif dapat berdampak negatif. Oleh karena itu, diperlukan analisis mendalam untuk mengetahui apakah peningkatan pengguna internet dan *e-commerce* dapat berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi atau justru merugikan stabilitas ekonomi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand dan Filipina dengan fokus pada variabel-variabel seperti jumlah pengguna internet, nilai transaksi *e-commerce*, dan peringkat digital *competitiveness*.

2. KAJIAN LITERATUR

Berbagai penelitian telah mengeksplorasi dampak *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, menunjukkan bahwa *e-commerce* umumnya memiliki pengaruh positif namun bervariasi tergantung pada variabel yang digunakan, metode, dan konteks ekonomi masing-masing negara. Sixun Liu (2012) menemukan bahwa di Tiongkok, indikator seperti jumlah pengguna internet dan iklan *online* memiliki korelasi positif dengan Produk Domestik Bruto (PDB), menunjukkan bahwa *e-commerce* dapat menjadi pendorong signifikan

bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Sebaliknya, penelitian oleh Elseoud dan Mohamed Sayed Abou (2014) di Arab Saudi menyoroiti bahwa sektor swasta dan volume transaksi bisnis online berkontribusi positif terhadap ekonomi, sementara sektor publik menunjukkan dampak negative. Di Cina, studi Lili Qu dan Yan Chen (2023) menemukan korelasi signifikan antara perkembangan *e-commerce* dan pertumbuhan ekonomi, terutama terkait dengan peningkatan jumlah pengguna internet, perusahaan *e-commerce*, dan pengguna belanja *online*.

Namun, hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Asdren Toska dan Besnik Fetai (2023) di Balkan Barat. Penelitian ini menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut, meskipun faktor lain seperti pengeluaran konsumsi dan investasi asing langsung berdampak positif. Secara keseluruhan, literatur menunjukkan bahwa meskipun ada bukti kuat bahwa *e-commerce* dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, hasil penelitian dapat bervariasi berdasarkan konteks spesifik masing-masing negara.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh pengguna internet, nilai transaksi *e-commerce*, *world digital competitiveness*, jumlah penduduk, dan tingkat partisipasi angkatan kerja terhadap pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN, yaitu Indonesia, Singapura, Thailand, Malaysia, dan Filipina, selama periode 2017-2022. Data yang digunakan merupakan data panel, menggabungkan data *cross-section* dari lima negara dan data *time-series* tahunan. Data dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data sekunder dari situs resmi seperti World Bank, Statista, dan International Institute for Management Development (IMD).

Uji Chow dan Uji Hausman digunakan untuk memilih model terbaik berdasarkan data yang tersedia. Selain itu, uji asumsi klasik seperti uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas diterapkan untuk memastikan kualitas data. Hipotesis diuji menggunakan uji signifikansi parsial (t-test), uji signifikansi simultan (F-test), dan uji koefisien determinasi (Adjusted R²). Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{LnPE}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{LnJPI}_{it} + \beta_2 \text{LnNTE}_{it} + \beta_3 \text{WDC}_{it} + \beta_4 \text{PEND}_{it} + \beta_5 \text{LnAKT}_{it} + \mu_{it}$$

Variabel yang digunakan meliputi Pertumbuhan Ekonomi (LnPE) sebagai variabel dependen, dan beberapa variabel independen seperti Pengguna Internet (LnJPI), Nilai Transaksi *E-commerce* (LnNTE), World Digital Competitiveness (WDC), Jumlah Penduduk (PEND), serta Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (LnAKT). Konstanta penelitian dilambangkan sebagai β_0 , sedangkan koefisien untuk masing-masing variabel independen dilambangkan sebagai β_i . Studi ini mencakup lima negara ASEAN yang diberi indeks i , dan menganalisis data dari tahun 2017 hingga 2022, yang dilambangkan dengan t .

4. HASIL DAN DISKUSI

Analisis statistik deskriptif menampilkan hasil statistik deskriptif meliputi jumlah observasi, rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum untuk setiap variabel. Hasil statistik deskriptif disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Jumlah Observasi	Rata-rata	Standar Deviasi	Nilai Minimum	Nilai Maksimum
GDP	30	5,13e+11	2,69e+11	3,33e+11	1,12e+12
JPI	30	5,54e+07	4,82e+07	4740000	1,83e+08
NTE	30	9,45e+09	8,98e+09	1,25e+09	4,15e+10
WDC	30	69,22957	18,2543	44,225	100
PEND	30	98310,37	94740,92	5454	275501
AKT	30	4,79e+07	4,68e+07	3418165	1,38e+08

Sumber: STATA 14.0 (diolah)

Penelitian ini menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN pada periode 2017-2022. Pertumbuhan Ekonomi (GDP) memiliki nilai terendah sebesar 333,061 miliar USD di Malaysia pada 2017 dan nilai tertinggi sebesar 1,122 triliun USD di Indonesia pada 2022. Pengguna Internet (JPI) memiliki nilai terendah sebesar 4.740.000 jiwa di Singapura pada 2017 dan nilai tertinggi sebesar 183.166.000 jiwa di Indonesia pada 2022. Nilai Transaksi E-commerce (NTE) memiliki nilai terendah sebesar 11.250.000.000 USD di Singapura pada 2017 dan nilai tertinggi sebesar 41.500.000.000 USD di Indonesia pada 2022. World Digital Competitiveness (WDC) memiliki nilai terendah sebesar 44,225 di Indonesia pada 2017 dan nilai tertinggi sebesar 100 di Singapura pada 2017. Jumlah Penduduk (PEND) memiliki nilai terendah sebesar 5.454 ribu jiwa di Singapura pada 2021 dan nilai tertinggi sebesar 275.501 ribu jiwa di Indonesia pada 2022. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (AKT) memiliki nilai terendah sebesar 3.418.165 jiwa di Singapura pada 2021 dan nilai tertinggi sebesar 138.099.490 jiwa di Indonesia pada 2022. Hasil ini menunjukkan variasi signifikan antar negara dan tahun, menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut tentang pengaruh variabel-variabel ini terhadap pertumbuhan ekonomi di ASEAN.

Hasil Pemilihan Model Regresi Terbaik

Untuk menentukan model regresi terbaik dalam analisis data panel yang digunakan dalam penelitian ini. Proses pemilihan model ini mencakup beberapa tahap, yaitu uji chow dan uji hausman. Uji Chow digunakan untuk menentukan apakah Common Effect Model (CEM) atau Fixed Effect Model (FEM) yang lebih sesuai untuk data panel. Hasil uji Chow menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0000 ($0,000 < 0,05$). Oleh karena itu, hasil uji ini mengindikasikan bahwa Fixed Effect Model (FEM) lebih tepat dibandingkan dengan Common Effect Model (CEM). Selanjutnya, Uji Hausman dilakukan untuk memilih antara Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM). Menunjukkan nilai probabilitas Chi-Square sebesar 0,0003 ($0,0003$

< 0,05). Hasil ini mengindikasikan bahwa Fixed Effect Model (FEM) lebih sesuai dibandingkan dengan Random Effect Model (REM).

Hasil Regresi Data Panel

Uji pemilihan model terbaik sebelumnya menunjukkan bahwa Fixed Effect Model (FEM) adalah model yang paling sesuai dengan penelitian ini. Oleh karena itu, regresi data panel yang digunakan adalah regresi FEM dengan hasil koefisien sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Data Panel

VARIABLES	(1) LnGDP	P> t
LnJPI	-0.215** (0.101)	0,045
LnNTE	0.0639** (0.0243)	0,016
WDC	0.00415** (0.00168)	0,022
PEND	0.0115** (0.00508)	0,034
LnAKT	0.893*** (0.293)	0,006
Constant	22.27** (0.930)	0,031
Observations	30	
Number of Country	5	
R-squared	0.715	

Standard errors in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

Sumber: STATA 14.0 (diolah)

PEMBAHASAN

Variabel pengguna internet memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN pada periode 2017-2022. Variabel ini memiliki koefisien regresi sebesar -0,2153253. Angka ini mengindikasikan bahwa dengan kenaikan pengguna internet sebesar satu persen akan menurunkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0,2154%, dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (ceteris paribus).

Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sidiq, et al. 2023) dan (Maurseth, 2018) menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan dan negatif antara pengguna internet terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa pengaruh penggunaan internet terhadap pertumbuhan ekonomi sangat bergantung pada bagaimana internet digunakan oleh penggunanya. Jika internet digunakan untuk meningkatkan produktivitas kerja, maka hal ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Sebaliknya, jika internet lebih sering digunakan untuk aktivitas yang tidak produktif, maka dampaknya akan negatif terhadap pertumbuhan ekonomi.

Menurut teori ekonomi klasik, pertumbuhan ekonomi bergantung pada faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, dan teknologi (Solow, 1956). Ketika salah satu faktor produksi tidak digunakan secara efisien atau mengarah pada penurunan produktivitas, maka pertumbuhan ekonomi akan terpengaruh secara negatif. Dalam hal ini, meskipun penetrasi internet tinggi, jika tidak diikuti dengan pemanfaatan yang produktif, maka alih-alih memberikan kontribusi positif, penggunaan internet dapat menjadi penghambat pertumbuhan.

Variabel nilai transaksi *e-commerce* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN pada periode 2017-2022. Variabel ini memiliki koefisien regresi sebesar 0,0638624. Angka ini mengindikasikan bahwa dengan kenaikan nilai transaksi *e-commerce* sebesar satu persen akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0,0639%, dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (*ceteris paribus*).

Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Elseoud & Abou, 2014) dan (Armunanto et al., 2021) menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif antara nilai transaksi *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa dengan adanya *e-commerce*, masyarakat tidak perlu meninggalkan rumah dan menghabiskan waktu untuk berbelanja guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi dapat meningkatkan efisiensi pasar dan mengurangi biaya transaksi. Perekonomian tetap berfungsi dengan baik karena pelaku usaha dan masyarakat mampu memanfaatkan *e-commerce* secara optimal. *E-commerce* memungkinkan penghematan biaya dan jangkauan pasar yang luas, sehingga dapat mendorong inovasi di pasar.

Variabel world digital competitiveness (WDC) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN pada periode 2017-2022. Variabel ini memiliki koefisien regresi sebesar 0,004154. Angka ini mengindikasikan bahwa dengan kenaikan WDC sebesar satu satuan akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0,0042%, dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (*ceteris paribus*).

Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Faghihi, 2022) menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif antara *World Digital Competitiveness* terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa dengan indikator-indikator penting terkait adopsi dan eksplorasi teknologi digital dalam WDC berkaitan sebagai pendorong utama transformasi ekonomi. Menurut Solow, pertumbuhan ekonomi erat kaitannya dengan produksi barang dan jasa, semakin baik faktor-faktor yang memengaruhi produksi, maka

semakin tinggi produksi barang dan jasa, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan perkapita. Peningkatan daya saing digital akan berdampak positif pada kinerja dunia usaha, dan pada gilirannya akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan membuka peluang ekonomi baru.

Variabel jumlah penduduk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN pada periode 2017-2022. Variabel ini memiliki koefisien regresi sebesar 0,0000115. Angka ini mengindikasikan bahwa dengan kenaikan jumlah penduduk sebesar satu satuan (ribu jiwa) akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0,0000115%, dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (*ceteris paribus*).

Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Alemu, 2020) menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif antara jumlah penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa peningkatan jumlah penduduk dapat mendorong permintaan domestik yang lebih besar, meningkatkan konsumsi, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan *output* ekonomi. Selain itu, populasi yang besar juga menyediakan tenaga kerja yang lebih melimpah, yang dapat meningkatkan produktivitas dan mendorong inovasi dalam berbagai sektor ekonomi. Penting untuk memanfaatkan potensi demografis untuk mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Variabel Tingkat Partisipasi Angkatan kerja memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN pada periode 2017-2022. Variabel ini memiliki koefisien regresi sebesar 0,8932741. Angka ini mengindikasikan bahwa dengan kenaikan partisipasi Angkatan kerja sebesar satu persen akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0,8932%, dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap (*ceteris paribus*).

Hasil ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Afif, 2020) dan (Haque et al., 2019) menemukan bahwa terdapat hubungan signifikan dan positif antara jumlah penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian tersebut mengemukakan bahwa pertumbuhan ekonomi, baik nasional maupun regional, sangat bergantung pada perluasan kesempatan kerja, karena tenaga kerja adalah faktor produksi yang penting bagi perkembangan ekonomi, selain dari faktor kondisi alam dan teknologi. Oleh sebab itu, peningkatan penduduk harus diiringi dengan penambahan lapangan kerja agar angkatan kerja yang tersedia dapat terserap dengan optimal. Dalam perekonomian, pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk tingkat partisipasi angkatan kerja (Todaro, 2006).

Tabel 3. Hasil Uji T

Variabel	P> t
LnJPI	0,045
LnNTE	0,016
WDC	0,022
PEND	0,034
LnAKT	0,006

Sumber: STATA 14.0 (diolah)

Selanjutnya, hasil uji T dalam tabel menunjukkan pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap pertumbuhan ekonomi. Variabel Pengguna Internet (LnJPI) memiliki nilai *p-value* sebesar 0,045, yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi karena nilai *p-value* lebih kecil dari tingkat signifikansi alpha ($0,045 < 0,05$). Variabel Nilai Transaksi E-commerce (LnNTE) menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0,016, yang juga mengindikasikan pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi ($0,016 < 0,05$). Demikian pula, variabel World Digital Competitiveness (WDC) dengan nilai *p-value* sebesar 0,022, jumlah penduduk (PEND) dengan nilai *p-value* sebesar 0,034, dan tingkat partisipasi angkatan kerja (LnAKT) dengan nilai *p-value* sebesar 0,006, semuanya menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (nilai *p-value* $< 0,05$).

Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,7146 atau 71,46%. Ini mengindikasikan bahwa variabel independen, yang terdiri dari pengguna internet, nilai transaksi *e-commerce*, *World Digital Competitiveness*, jumlah penduduk, dan tingkat partisipasi angkatan kerja, mampu menjelaskan dan memiliki pengaruh sebesar 71,46% terhadap pertumbuhan ekonomi. Sementara itu, sisanya sebesar 28,54% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti. Nilai *R-squared* yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabel dependen.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menganalisis pengaruh pengguna internet, nilai transaksi *e-commerce*, *world digital competitiveness*, jumlah penduduk, dan tingkat partisipasi angkatan kerja terhadap pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN pada periode 2017-2022. Menggunakan data panel dan metode *Fixed Effect*, penelitian ini mengungkap beberapa temuan penting. Pertama, pengguna internet memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, mengindikasikan bahwa penetrasi internet yang tinggi tidak serta-merta berkontribusi positif terhadap ekonomi jika penggunaannya lebih difokuskan pada aktivitas non-produktif seperti hiburan dan media sosial. Kedua, nilai transaksi *e-commerce* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, menunjukkan bahwa peningkatan aktivitas *e-commerce* dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Ketiga, *world digital competitiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, menekankan pentingnya daya saing digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Keempat, jumlah penduduk juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, menunjukkan bahwa populasi besar dapat menjadi aset ekonomi jika dioptimalkan dengan baik. Terakhir, partisipasi angkatan kerja memiliki pengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, menggarisbawahi pentingnya keterlibatan aktif tenaga kerja dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan temuan-temuan ini, penelitian merekomendasikan beberapa langkah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui *e-commerce* dan digitalisasi. Pemerintah harus mendorong penggunaan internet untuk aktivitas produktif seperti edukasi, digitalisasi bisnis, dan inovasi. Program edukasi digital dan insentif bagi bisnis yang menggunakan *e-commerce*

dapat membantu memaksimalkan potensi internet. Selain itu, memperluas infrastruktur digital dan meningkatkan akses bagi UMKM ke platform *e-commerce*, serta memberikan pelatihan digital dan regulasi perlindungan konsumen, akan mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan di ASEAN. Pengembangan infrastruktur digital yang andal dan terjangkau, serta investasi dalam pendidikan dan pelatihan digital, sangat penting untuk meningkatkan daya saing digital dunia. Optimalisasi populasi besar melalui strategi *e-commerce* yang efektif dan peningkatan partisipasi angkatan kerja melalui pendidikan dan pelatihan keterampilan relevan juga merupakan langkah-langkah krusial.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengidentifikasi dampak spesifik dari berbagai faktor digital dan demografis terhadap pertumbuhan ekonomi di lima negara ASEAN. Temuan ini dapat menjadi dasar bagi pembuat kebijakan dan pelaku ekonomi untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam memanfaatkan *e-commerce* dan digitalisasi untuk pertumbuhan ekonomi. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memahami mekanisme yang lebih mendalam di balik hubungan ini dan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di era digital ini.

6. REFERENSI

- Afif, F., & Ciptawaty, U. (2020). Daya Saing dan Pertumbuhan Ekonomi Negara Berkembang ASEAN. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 9(1), 37-44. <https://doi.org/10.23960/jep.v9i1.85>
- Agarwal, Sumit & Datta, Anusua. (2004). Telecommunications and Economic Growth: A Panel Data Approach. *Applied Economics*. 36. 1649-1654. <https://doi.org/10.1080/0003684042000218552>
- Alemu, A. M. (2020). Population Growth and Economic Development: Empirical Evidence from the United States. *Journal of Economic Studies*, 47(1), 123-137. doi:10.1108/JES-10-2019-0432.
- Anvari, Rana & Norouzi, Davoud. (2016). The Impact of E-commerce and R&D on Economic Development in Some Selected Countries. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 229. 354-362. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.146>
- Armunanto, Yohanes & selina, Mar & Suparta, I. (2021). E-Commerce Effect On Economic Growth In Asean Countries. *International Journal of Economics and Management Studies*. 8. 100-104. <https://doi.org/10.14445/23939125/IJEMS-V8I2P114>
- ASEAN Secretariat. (2021). ASEAN Economic Integration Brief
- Astuti, Rini & Purwiyanta, & Udjiyanto, Didit. (2023). THE IMPACT OF DIGITAL ECONOMY ON ECONOMIC GROWTH IN SOUTHEAST ASIA. *International Journal of Advanced Economics*. 5. 1 <https://doi.org/0-17.10.51594/ijae.v5i1.430>
- Banescu, Carmen & Titan, Emilia & Manea Todose, Daniela. (2022). The Impact of E-Commerce on the Labor Market. *Sustainability*. 14. 5086. <https://doi.org/10.3390/su14095086>
- Chen, D. H. C., & Dahlman, C. J. (2005). The Knowledge Economy, the KAM Methodology and World Bank Operations. World Bank Institute.

- Damanik, N., Suhartono, T., & Hasibuan, A. (2022). The Role of ICT in Promoting E-commerce in ASEAN. *Journal of Business and Economic Analysis*, 15(2), 112-123.
- Dharma, B., Mudrikah, A., & Hubara, Z.A. (2022). Pengaruh Nilai Transaksi E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Tahun 2017-2021. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi dan Manajemen Bisnis*.
- Dharu Athallah, A., Aida, N., Murwiati, A., & Wahyudi, H. (2022). Pengaruh Perkembangan Sektor Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Sektor E-Commerce (Studi Kasus: Negara-Negara Asean 2015-2019). *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(10), 1071–1093. <https://doi.org/10.59141/jist.v3i10.510>
- Elseoud, & Abou, M. S. (2014). Electronic Commerce and Economics Growth in Saudi Arabia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 2(5). <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:167996871>
- Gatteschi, V., Lamberti, F., Demartini, C., Pranteda, C., & Santamaría, V. (2019). Blockchain and Smart Contracts for Insurance: Is the Technology Mature Enough?. *Future Internet*, 11(3), 85.
- Georgiou, Miltiades N. (2009). E-Commerce Has a Positive Impact on Economic Growth: A Panel Data Analysis for Western Europe <https://doi.org/10.2139/ssrn.1484687>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. 9.
- Ghozali Imam, F. (2005). *Structural Equation Modeling. Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Lisrel*. 8.
- Gibadullin, A. (2022). New Trends and Digital Models of E-commerce in Era of COVID-19: Case Study of Russian and Korean Retail Companies. In *Digital and Information Technologies in Economics and Management (Vol. 432)*. Springer International Publishing AG. https://doi.org/10.1007/978-3-030-97730-6_19
- Google, Temasek, & Bain & Company. (2022). *e-Conomy SEA 2022 Report*.
- Grandon, E., & Pearson, J. M. (2004). E-commerce adoption: Perceptions of managers/owners of small and medium sized firms in Chile. *Communications of the Association for Information Systems*, 13(1), 81-102
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics (5th ed.)*. McGraw-Hill/Irwin.
- Haque, A. U., Golam, M. K., Muhaiminul, I. S., & Dilruba, Y. S. (2019). Labor Force Participation Rate and Economic Growth: Observations for Bangladesh. *International Journal of Economics and Financial Research*, 5(9), 209-213. <https://doi.org/10.32861/ijefr.59.209.213>
- He, Y., & Wang, J. (2019). A Panel Analysis on the Cross Border E-commerce Trade: Evidence from ASEAN Countries. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(2), 95–104. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2019.VOL6.NO2.95>
- Herawati, D. (2019). The Impact of Labor Force Participation on Economic Growth. *Journal of Economic Development and Policy*, 6(2), 112-124.
- IMD World Competitiveness Center. (2023). *World Competitiveness Yearbook 2023*. Retrieved from <https://www.imd.org/research-knowledge/articles/world-competitiveness-2023/>

- Jumiati, Rosdiana, H., & Kusumastuti, R.D. (2017). The Protection of Information Privacy in Indonesia's E-commerce: A Legal Approach Perspective. *KnE Social Sciences*, 2, 59-68. <https://doi.org/10.18502/kss.v2i4.868>
- K. D. Pratiwi, "E-COMMERCE AND ECONOMIC GROWTH IN INDONESIA: ANALYSIS OF PANEL DATA REGRESSION," *GEMA PUBLICA*, vol. 7, no. 1, pp. 171-186, Mar. 2022. <https://doi.org/10.14710/gp.7.1.2022.171-186>
- Kazak, Hasan & Kavacik, Mustafa & AKCAN, Ahmet. (2023). The Impact of Retail and E-commerce Sales on Inflation Including the Covid-19 Period: Evidence from Turkiye. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademik Araştırmalar Dergisi*. 7, 1-13. <https://doi.org/10.58201/utsobilder.1341533>
- Kh, Me & Faghihi, Mahdi. (2022). Impact of World Digital Competitiveness Indicators on Per Capita Income. <https://doi.org/10.5296/wjbm.v8i1.19941>
- Lastri, W. A., & Anis, A. (2020). Pengaruh E-Commerce, Inflasi dan Nilai Tukar Tukar Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Pembangunan*, 2.
- Li, Zhiyi & Zhou, Wenzhao. (2023). Research the Impact of E-commerce on China's Economy. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 211-218. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/37/20231851>
- Liu, S. (2012). An empirical study on e-commerce's effects on economic growth. First National Conference for Engineering Sciences (FNCES 2012), 0081-0084. <https://doi.org/10.2991/icetms.2013.260>
- Lund, M. J. F., & McGuire, S. (2005). Institutions and Development: Electronic Commerce and Economic Growth. *Organization Studies*, 26(12), 1743-1763. <https://doi.org/10.1177/0170840605059149>
- Mark, Foni. (2005). Institutions and Development: Electronic Commerce and Economic Growth. *Organization Studies - ORGAN STUD.* 26. 1743-1763. <https://doi.org/10.1177/0170840605059149>
- Mankiw, N. Gregory. (2010). *Principles of Economics*. 6th edition. South-Western Cengage Learning.
- Maurseth, Per Botolf, 2018. "The effect of the Internet on economic growth: Counter-evidence from cross-country panel data," *Economics Letters*, Elsevier, vol. 172(C), pages 74-77.
- Mintarti, S. (2017). The Influence of Investment and Labor and Government Spending on Economic Growth and Employment. 13(1), 28-38.
- Nguyen, T. V., Tran, Q. T., & Pham, L. H. (2021). E-commerce Adoption and Its Impact on Economic Growth in ASEAN. *Asian Journal of Technology and Society*, 14(4), 98-107.
- Qu, L., & Chen, Y. (2023). The Impact of e-commerce on China 's Economic Growth. *Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL)*.
- Sidiq, Sahabudin & Rizqi, Miftakhur. (2023). Pengaruh penggunaan internet dan variabel makro terhadap PDB lima negara ASEAN. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan*. 115-125. <https://doi.org/10.20885/JKEK.vol2.iss2.art1>

- Sen, S., Choudhury, N., & Banerjee, R. (2016). Internet Penetration and Digital Divide: A Cross-country Analysis of ASEAN. *Telecommunications Policy*, 40(9), 833-844.
- Tambunan, T. (2001). *Perekonomian Indonesia dalam Perspektif Regional dan Global*.
- Todaro, M. P. & Smith, S. C. (2006). *Pembangunan Ekonomi*. (9th ed). Jakarta: Erlangga.
- Todaro, M. P. (2011). *Economic Development*. 11th ed.
- Toska, Asdren & Fetai, Besnik. (2023). The Impact of E-Commerce on the Economic Growth of the Western Balkan Countries: A Panel Data Analysis. *International Journal of Sustainable Development and Planning*.
- Wijono, Wiloejo, Wiryo. (2005). Mengungkap Sumber-Sumber Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Dalam Lima Tahun Terakhir, *Jurnal Manajemen dan Fiskal*, Volume V, Nomor 2, Jakarta.
- Winarno, W. W. (2015). *Analisis Ekonometrika dan Statistika*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wooldridge, J. M. (2013). *Introductory Econometrics A Modern Approach 6th Edition* Wooldridge Test Bank. 6.
- Yilmazkuday, H. (2022). Inflation and growth: the role of institutions. *J Econ Finance* 46, 167–187. <https://doi.org/10.1007/s12197-021-09563-7>