



Pengaruh Inflasi, Infrastruktur Digital, dan Keamanan Siber terhadap Pendapatan *E-Commerce* di Negara Berkembang Periode 2023-2024

Asni Angelina¹, Sri Indah Nikensari², Siti Fatimah Zahra³

Pendidikan Ekonomi, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, Indonesia ^{1,2,3}

Email : asngelina5@gmail.com

Diterima: 04-06-2026 | Disetujui: 11-06-2026 | Diterbitkan: 13-06-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of inflation, digital infrastructure, and cybersecurity on e-commerce revenue in developing countries during the 2023-2024 period. This study employed a quantitative approach using secondary data from 62 developing countries selected through purposive sampling. The data were analyzed using panel data regression with the Fixed Effect Model (FEM) approach. The results indicate that inflation has a negative and significant effect on e-commerce revenue, meaning that every 1% increase in inflation reduces e-commerce revenue by 4%. Digital infrastructure has a positive and significant effect on e-commerce revenue, where a 1% increase in digital infrastructure increases e-commerce revenue by 64%. Cybersecurity also has a positive and significant effect, with a 1% increase in cybersecurity leading to a 3% increase in e-commerce revenue. The coefficient of determination (R^2) of 0.9978 indicates that the three independent variables are able to explain 99.78% of the variation in e-commerce revenue, while the remaining 0.22% is explained by other factors outside the model. The findings of this study confirm that controlled inflation, adequate digital infrastructure, and strong cybersecurity are key factors in encouraging the growth of e-commerce revenue in developing countries.

Keywords: *Inflation; Digital Infrastructure; Cybersecurity; E-Commerce Revenue; Developing Countries.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inflasi, infrastruktur digital, dan keamanan siber terhadap pendapatan e-commerce di negara berkembang pada periode 2023-2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder dari 62 negara berkembang yang dipilih melalui metode purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi data panel dengan pendekatan Fixed Effect Model (FEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan e-commerce, artinya setiap kenaikan inflasi sebesar 1% akan menurunkan pendapatan e-commerce sebesar 4%. Infrastruktur digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan e-commerce, di mana peningkatan infrastruktur digital sebesar 1% meningkatkan pendapatan e-commerce sebesar 64%. Keamanan siber juga berpengaruh positif dan signifikan, dengan peningkatan 1% pada keamanan siber menyebabkan peningkatan pendapatan e-commerce sebesar 3%. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,9978 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 99,78% variasi pendapatan e-commerce, sedangkan sisanya 0,22% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa inflasi yang terkendali, infrastruktur digital yang memadai, dan keamanan siber yang kuat merupakan faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan pendapatan e-

commerce di negara berkembang.

Katakunci: Inflasi; Infrastruktur Digital; Keamanan Siber; Pendapatan *E-Commerce*; Negara Berkembang.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Angelina, A., Nikensari, S. I. ., & Zahra, S. F. . (2026). Pengaruh Inflasi, Infrastruktur Digital, dan Keamanan Siber terhadap Pendapatan E-Commerce di Negara Berkembang 2023-2024. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 894-903. <https://doi.org/10.63822/w7rs7s34>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah lanskap ekonomi global secara fundamental. Digitalisasi ekonomi tidak hanya menjadi pendorong utama pertumbuhan, tetapi juga menciptakan peluang baru bagi masyarakat dan pelaku usaha untuk bertransaksi tanpa batasan ruang dan waktu. Salah satu manifestasi paling nyata dari transformasi digital ini adalah perdagangan elektronik (*e-commerce*), yang memungkinkan aktivitas jual beli dilakukan secara *daring* melalui berbagai platform digital. Secara global, *e-commerce* telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Penetrasi internet diperkirakan mencapai sekitar 65% dari populasi dunia, dengan kontribusi *e-commerce* terhadap total penjualan ritel global mencapai 22% pada tahun 2024 (*Digital Industry Statistics*, 2025). Di Indonesia, nilai transaksi *e-commerce* terus meningkat, dari Rp453,75 triliun pada tahun 2023 menjadi sekitar Rp487,01 triliun pada tahun 2024 (*Transaksi Ecommerce Indonesia 2019-2024*, 2025). Fakta ini menegaskan bahwa *e-commerce* bukan sekadar fenomena sementara, melainkan telah menjadi pilar penting sistem ekonomi modern.

Meskipun demikian, pertumbuhan *e-commerce* tidak berlangsung merata di seluruh dunia. Negara maju seperti China dan Amerika Serikat diperkirakan menghasilkan pendapatan *e-commerce* mencapai triliunan dolar pada tahun 2025, masing-masing sekitar US\$2,53 triliun dan US\$1,19 triliun. Sebaliknya, negara berkembang seperti India dan Indonesia hanya mencatat sekitar US\$117,66 miliar dan US\$60,66 miliar (*Online Shopping Statistics by Country*, 2025). Kesenjangan ini menunjukkan bahwa pasar *e-commerce* di negara maju tidak hanya lebih besar dalam nilai absolut, tetapi juga lebih matang dalam struktur pasarnya. Fokus pada negara berkembang menjadi semakin relevan karena wilayah ini dihuni lebih dari 83% populasi dunia, sekitar 6,5 miliar jiwa (*Population and Inclusiveness*, 2023). Di negara berkembang, *e-commerce* berpotensi menjadi katalisator pembangunan berkelanjutan, sejalan dengan tujuan *Sustainable Development Goals* (SDGs) poin 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta poin 9 tentang industri, inovasi, dan infrastruktur.

Dalam perspektif teori ekonomi digital, *e-commerce* merupakan *output* utama dari transformasi aktivitas ekonomi yang didukung oleh teknologi digital dan sistem informasi terintegrasi. Bukht dan Heeks (2017) menegaskan bahwa nilai ekonomi digital terbentuk melalui interaksi tiga faktor utama: kapasitas ekonomi masyarakat yang tercermin dalam stabilitas harga (inflasi), ketersediaan infrastruktur digital sebagai sarana konektivitas, serta keamanan siber sebagai prasyarat kepercayaan dan keberlanjutan aktivitas digital. Inflasi mencerminkan daya beli masyarakat, infrastruktur digital menentukan akses dan efisiensi transaksi, sedangkan keamanan siber berfungsi sebagai fondasi institusional yang menjaga stabilitas sistem digital.

Perbedaan kondisi makroekonomi antara negara maju dan berkembang terlihat jelas pada tingkat inflasi. *International Monetary Fund* (2022) mencatat bahwa negara berkembang cenderung mengalami inflasi lebih tinggi dibandingkan negara maju, terutama karena kerentanan terhadap fluktuasi harga pangan dan energi, pelemahan nilai tukar, serta keterbatasan kapasitas kebijakan moneter. Pada periode pascapandemi, inflasi di negara berkembang mencapai kisaran di atas 8%, sementara di negara maju hanya sekitar 5-6% (IMF, 2022). *Organisation for Economic Co-operation and Development* (2023) menambahkan bahwa negara maju memiliki kerangka kebijakan moneter yang lebih kredibel, bank sentral yang independen, serta pasar keuangan yang matang, sehingga lebih efektif dalam meredam tekanan inflasi. Perbedaan struktur ekonomi ini berdampak langsung pada stabilitas ekonomi makro dan daya beli

masyarakat.

Kesenjangan serupa juga terjadi pada infrastruktur digital. Berdasarkan data *International Telecommunication Union* (2025), penetrasi internet di negara berpendapatan tinggi mencapai sekitar 94%, sedangkan di negara berpendapatan rendah hanya sekitar 23%. Lebih jauh, teknologi 5G telah menjangkau 84% populasi di negara maju, tetapi hanya 4% di negara berpendapatan rendah (*Global Number of Internet Users Increases, but Disparities Deepen Key Digital Divides*, 2025). Disparitas ini tidak hanya memengaruhi akses terhadap internet, tetapi juga membatasi pemanfaatan layanan ekonomi digital yang lebih kompleks seperti *e-commerce*, layanan *cloud*, dan aplikasi digital lainnya, yang pada gilirannya memperlebar kesenjangan kontribusi sektor digital terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Sementara itu, keamanan siber telah menjadi ancaman serius bagi kepercayaan konsumen dalam bertransaksi digital. Kerugian akibat kejahatan siber secara global diperkirakan mencapai sekitar US\$8 triliun pada tahun 2023 (*Kerugian Materi Global Kejahatan Siber 2023 Capai USD8 Triliun*, 2024). Negara maju seperti Finlandia, Norwegia, dan Denmark mencatat skor *Global Cybersecurity Index* (GCI) yang sangat tinggi, mencerminkan kesiapan infrastruktur keamanan siber yang matang serta tingkat legislasi dan kesiapan teknis yang kuat. Sebaliknya, negara berkembang seperti Bolivia, Honduras, dan Venezuela berada pada tingkat skor yang jauh lebih rendah (*Countries With The Highest Cyber Threat Risk and Ones With The Lowest: Report*, 2024). Kondisi ini menunjukkan masih rendahnya kapasitas keamanan siber nasional di negara berkembang, yang berpotensi menghambat pertumbuhan *e-commerce* karena konsumen dan pelaku usaha enggan bertransaksi *daring* akibat kekhawatiran terhadap keamanan data dan privasi.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara inflasi, infrastruktur digital, keamanan siber, dan *e-commerce*. Shaqi *et al.* (2025) menemukan bahwa inflasi berdampak signifikan terhadap penurunan daya beli masyarakat di era digital. Nisaa' dan Karsinah (2025) menunjukkan bahwa penetrasi internet dan *broadband* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-commerce* di negara Asia Tenggara. Jula *et al.* (2024) membuktikan bahwa akses dan frekuensi penggunaan internet secara langsung meningkatkan penjualan *e-commerce* dalam jangka pendek. Cahyadi dan Indrianto (2025) menemukan bahwa kesadaran keamanan informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam bertransaksi di *e-commerce*. Al Doghan dan Mirzaliev (2024) juga menunjukkan bahwa keamanan siber memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna yang selanjutnya mendorong adopsi layanan digital.

Namun, masih terdapat sejumlah kesenjangan penelitian yang perlu diisi. *Pertama*, sebagian besar penelitian terdahulu mengkaji ketiga variabel tersebut secara terpisah atau parsial, belum mengintegrasikannya dalam satu model empiris yang utuh untuk menjelaskan pendapatan *e-commerce*. *Kedua*, fokus wilayah penelitian sebelumnya cenderung mengarah pada negara maju, terutama kawasan Uni Eropa, sementara negara berkembang dengan karakteristik kesenjangan digital serta tingkat risiko keamanan siber yang relatif lebih tinggi masih belum banyak dikaji secara mendalam. *Ketiga*, penelitian yang mengkaji pendapatan *e-commerce* pada level makro lintas negara, khususnya di negara berkembang, masih sangat terbatas. Padahal, pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan *e-commerce* di negara berkembang menjadi semakin krusial mengingat potensi besar sektor ini dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi kesenjangan digital global.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah inflasi berpengaruh terhadap pendapatan *e-commerce* di negara berkembang pada periode 2023-

2024? (2) Apakah infrastruktur digital berpengaruh terhadap pendapatan *e-commerce* di negara berkembang pada periode 2023-2024? (3) Apakah keamanan siber berpengaruh terhadap pendapatan *e-commerce* di negara berkembang pada periode 2023-2024?

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inflasi, infrastruktur digital, dan keamanan siber terhadap pendapatan *e-commerce* di negara berkembang selama periode 2023-2024. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur ekonomi digital, sekaligus menawarkan implikasi praktis bagi para pembuat kebijakan di negara berkembang dalam merumuskan strategi pengembangan *e-commerce* yang lebih inklusif dan berkelanjutan, sehingga mampu mempersempit kesenjangan digital dengan negara maju.

METODE PENELITIAN

Unit Analisis, Populasi, dan Sampel

Unit analisis dalam penelitian ini adalah negara berkembang pada periode 2023-2024. Populasi penelitian mencakup seluruh negara berkembang berdasarkan klasifikasi *World Bank* dalam kategori *low income countries*, *lower-middle income countries*, dan *upper-middle income countries*. Sampel penelitian terdiri dari 62 negara berkembang yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria: (a) negara termasuk dalam kategori *developing countries* menurut klasifikasi Bank Dunia; (b) negara memiliki data lengkap untuk seluruh variabel penelitian selama periode 2023-2024. Jumlah data panel yang digunakan adalah 124 observasi ($62 \text{ negara} \times 2 \text{ tahun}$).

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari sumber resmi. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi, yaitu mengumpulkan, mencatat, dan mengolah data statistik yang telah dipublikasikan oleh lembaga-lembaga resmi. Data variabel independen (inflasi, infrastruktur digital, dan keamanan siber) diperoleh dari *World Bank* dan *International Telecommunication Union* (ITU). Data variabel dependen (pendapatan *e-commerce*) diperoleh dari Statista.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi data panel. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak EViews versi 12.

Model Analisis

Model dasar yang digunakan adalah:

$$Ecom_{it} = \alpha + \beta_1 Infl_{it} + \beta_2 Infra_{it} + \beta_3 Cyber_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

- $Ecom_{it}$ = Pendapatan *e-commerce* negara *i* tahun *t*
- $Infl_{it}$ = Inflasi
- $Infra_{it}$ = Infrastruktur digital
- $Cyber_{it}$ = Keamanan siber
- α = Konstanta

- $\beta_1 - \beta_3 \beta_1 - \beta_3 =$ Koefisien regresi
- $\text{sitcit} =$ Error term

Uji Pemilihan Model Terbaik

Untuk menentukan model terbaik antara *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), atau *Random Effect Model* (REM), dilakukan tiga pengujian:

Table 2. Ringkasan Uji Pemilihan Model Regresi Panel

Uji	Fungsi	Kriteria
Uji Chow	CEM vs FEM	$p < 0,05 \rightarrow$ FEM
Uji Hausman	FEM vs REM	$p < 0,05 \rightarrow$ FEM
Uji Lagrange Multiplier	REM vs CEM	$p < 0,05 \rightarrow$ REM

(Sumber: Data diolah peneliti, 2026)

Uji Asumsi Klasik

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai korelasi antar variabel independen (jika $< 0,90$ maka tidak terjadi multikolinearitas). Uji heteroskedastisitas dilakukan pada model FEM dan CEM yang menggunakan pendekatan OLS. Uji normalitas hanya wajib dilakukan pada model REM.

Uji Hipotesis

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (signifikan jika $p < 0,05$). Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder dari 62 negara berkembang selama periode 2023-2024, sehingga total observasi sebanyak 124 data panel. Variabel dependen adalah pendapatan *e-commerce* (Y), sedangkan variabel independen meliputi inflasi (X_1), infrastruktur digital (X_2), dan keamanan siber (X_3). Seluruh data yang digunakan bersumber dari *World Bank*, *International Telecommunication Union* (ITU), serta laporan *e-commerce* global.

Hasil Uji Pemilihan Model

Tabel 3. Hasil Uji Pemilihan Model Regresi Data Panel

Uji	Nilai	Prob.	Keputusan
Uji Chow	445,521	0,0000	FEM terpilih
Uji Hausman	153,000	0,0007	FEM terpilih

(Sumber: Output Eviews, 2026)

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji Chow menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0000 ($< 0,05$), sehingga model yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Hasil uji Hausman juga menunjukkan nilai probabilitas sebesar 0,0007 ($< 0,05$), yang mengonfirmasi bahwa FEM merupakan model terbaik. Dengan

demikian, pengujian tidak perlu dilanjutkan ke uji *Lagrange Multiplier* (LM).

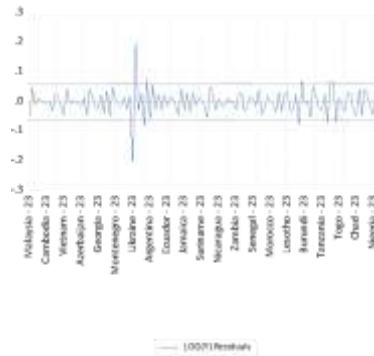
Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	X ₁ (Inflasi)	X ₂ (Infrastruktur Digital)	X ₃ (Keamanan Siber)
X ₁ (Inflasi)	1,0000	-0,1302	-0,0689
X ₂ (Infrastruktur Digital)	-0,1302	1,0000	0,3309
X ₃ (Keamanan Siber)	-0,0689	0,3309	1,0000

(Sumber: Ouput Eviews, 2026)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh nilai korelasi antar variabel independen berada di bawah 0,90. Koefisien korelasi tertinggi sebesar 0,3309 (antara X₂ dan X₃), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model penelitian.



Gambar 1. Grafik uji heteroskedastisitas
(Sumber: Output Eviews, 2026)

Berdasarkan grafik residual yang dihasilkan, titik-titik residual tidak melewati batas (500 dan -500) dan tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian.

Persamaan Regresi Data Panel

Tabel 5. Hasil Regresi Data Panel *Fixed Effect Model* (FEM)

Variabel	Koefisien	t-Statistic	Prob.	Keterangan
Konstanta	-2,82	-	-	-
Inflasi (X ₁)	-0,04	-3,360	0,0014	Signifikan
Infrastruktur Digital (X ₂)	0,64	3,500	0,0009	Signifikan
Keamanan Siber (X ₃)	0,03	2,140	0,0364	Signifikan
R-squared	0,9979			
Adjusted R-squared	0,9978			

(Sumber: Output Eviews, 2026)

Berdasarkan hasil analisis regresi data panel dengan pendekatan *Fixed Effect Model* (FEM), diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{LOG}(Y) = -2,82 - 0,04 \times \text{LOG}(X_1) + 0,64 \times \text{LOG}(X_2) + 0,03 \times \text{LOG}(X_3)$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Koefisien inflasi (X_1) sebesar -0,04. Setiap peningkatan inflasi sebesar 1% akan menurunkan pendapatan *e-commerce* sebesar 4%, dengan asumsi variabel lain konstan.
2. Koefisien infrastruktur digital (X_2) sebesar 0,64. Setiap peningkatan infrastruktur digital sebesar 1% akan meningkatkan pendapatan *e-commerce* sebesar 64%, dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Koefisien keamanan siber (X_3) sebesar 0,03. Setiap peningkatan keamanan siber sebesar 1% akan meningkatkan pendapatan *e-commerce* sebesar 3%, dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel independen memiliki nilai probabilitas $< 0,05$, sehingga ketiga hipotesis penelitian diterima:

- Inflasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan *e-commerce* ($p = 0,0014$)
- Infrastruktur digital berpengaruh signifikan terhadap pendapatan *e-commerce* ($p = 0,0009$)
- Keamanan siber berpengaruh signifikan terhadap pendapatan *e-commerce* ($p = 0,0364$)

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,9978 menunjukkan bahwa variabel independen (inflasi, infrastruktur digital, dan keamanan siber) mampu menjelaskan 99,78% variasi pendapatan *e-commerce* di negara berkembang, sedangkan sisanya sebesar 0,22% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Inflasi terhadap Pendapatan *E-commerce*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan *e-commerce* di negara berkembang. Temuan ini sejalan dengan teori daya beli (*Purchasing Power Theory*) yang menyatakan bahwa kenaikan harga secara umum akan menurunkan pendapatan riil masyarakat sehingga kemampuan konsumsi ikut menurun. Dalam konteks ekonomi digital, penurunan daya beli ini berdampak langsung pada aktivitas belanja *online*, sehingga menyebabkan penurunan pendapatan *e-commerce*. Secara empiris, hasil ini konsisten dengan penelitian Shaqi *et al.* (2025) yang menemukan bahwa inflasi berdampak signifikan terhadap penurunan daya beli masyarakat di era digital, serta penelitian Kostenko (2025) yang menunjukkan bahwa lonjakan inflasi global menyebabkan penurunan pendapatan *e-commerce*.

Pengaruh Infrastruktur Digital terhadap Pendapatan *E-commerce*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa infrastruktur digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan *e-commerce*. Temuan ini sejalan dengan *Technology Diffusion Theory* (Rogers, 2003) yang menyatakan bahwa keberhasilan adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dan kualitas infrastruktur pendukung. Infrastruktur digital yang baik akan mempercepat difusi teknologi, termasuk

adopsi *e-commerce* di masyarakat. Hasil ini juga didukung oleh penelitian Nisaa' dan Karsinah (2025) yang menunjukkan bahwa penetrasi internet dan *broadband* memiliki pengaruh positif terhadap *e-commerce* di Asia Tenggara, serta penelitian Julia *et al.* (2024) yang menemukan bahwa akses internet secara langsung meningkatkan penjualan *e-commerce* dalam jangka pendek.

Pengaruh Keamanan Siber terhadap Pendapatan *E-commerce*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan siber berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan *e-commerce*. Temuan ini sejalan dengan *Perceived Risk Theory* (Pavlou, 2003) yang menyatakan bahwa tingkat risiko yang dirasakan dalam transaksi digital akan memengaruhi keputusan konsumen untuk bertransaksi. Semakin rendah risiko yang dirasakan, semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen. Secara empiris, hasil ini didukung oleh penelitian Cahyadi dan Indrianto (2025) yang menemukan bahwa kesadaran keamanan informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dalam bertransaksi *e-commerce*, serta penelitian Al Doghan dan Mirzaliev (2024) yang menunjukkan bahwa keamanan siber memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna yang selanjutnya mendorong adopsi layanan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh tiga kesimpulan utama.

1. Inflasi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pendapatan *e-commerce* di negara berkembang periode 2023-2024. Setiap kenaikan inflasi sebesar 1% akan menurunkan pendapatan *e-commerce* sebesar 4%. Temuan ini menunjukkan bahwa kenaikan harga barang dan jasa secara umum menurunkan daya beli masyarakat, yang pada gilirannya mengurangi aktivitas belanja *online*.
2. Infrastruktur digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan *e-commerce*. Setiap peningkatan infrastruktur digital sebesar 1% akan meningkatkan pendapatan *e-commerce* sebesar 64%. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik akses internet dan teknologi digital, semakin tinggi pula aktivitas transaksi *e-commerce* di suatu negara.
3. Keamanan siber berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan *e-commerce*. Setiap peningkatan keamanan siber sebesar 1% akan meningkatkan pendapatan *e-commerce* sebesar 3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat keamanan yang baik mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi secara *online*.

Secara simultan, ketiga variabel independen (inflasi, infrastruktur digital, dan keamanan siber) mampu menjelaskan 99,78% variasi pendapatan *e-commerce* di negara berkembang, sedangkan sisanya sebesar 0,22% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Doghan, M. A., & Mirzaliev, S. (2024). Cybersecurity awareness and digital banking adoption: Exploring the moderating impact of digital literacy. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 16(3), 34–58.
- Cahyadi, D., & Indrianto, A. P. (2025). Peran information security awareness terhadap kepercayaan

- konsumen dalam bertransaksi di e-commerce. *Ipsikom*, 13(1), 97–103. <https://doi.org/10.58217/ipsikom.v13i1.47>
- Countries with the highest cyber threat risk and ones with the lowest: Report. (2024). MES Computing. <https://www.mescomputing.com/news/4208968/countries-cyber-threat-risk-ones-lowest-report>
- Digital industry statistics. (2025, June 2). Wifitalents. <https://wifitalents.com/digital-industry-statistics/>
- Global number of Internet users increases, but disparities deepen key digital divides. (2025, November 17). ITU. <https://www.itu.int/en/mediacentre/Pages/PR-2025-11-17-Facts-and-Figures.aspx>
- IMF. (2022). *World economic outlook*. International Monetary Fund.
- International Telecommunication Union. (2025). *The ICT Development Index 2025: Measuring digital development* (Annual Report). ITU
- Jula, N. M., Staicu, G. I., Moraru, L. C., & Bodislav, D. A. (2024). Toward a sustainable development of e-commerce in EU: The role of education, internet infrastructure, income, and economic freedom on e-commerce growth. *Sustainability*, 16(9), 3809. <https://doi.org/10.3390/su16093809>
- Kerugian materi global kejahatan siber 2023 capai USD8 triliun. (2024, October 18). KabarBursa. <https://www.kabarbursa.com/makro/kerugian-materi-global-kejahatan-siber-2023-capai-usd8-triliun>
- Krishna, B., & Sebastian, M. P. (2021). Examining the relationship between e-government development, nation's cyber-security commitment, business usage and economic prosperity: A cross-country analysis. *Information and Computer Security*, 29(5), 737–760. <https://doi.org/10.1108/ICS-12-2020-0205>
- Kostenko, I. (2025). *Global e-commerce cycles: Lessons from past crashes and strategies for future resilience in transnational markets*.
- Nisaa', W., & Karsinah. (2025). Digital infrastructure and income level: Drivers of e-commerce in Southeast Asian countries. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 25(5), 451–460. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2025/v25i51814>
- Online shopping statistics by country. (2025, April 24). Capital One Shopping. <https://capitaloneshopping.com/research/online-shopping-statistics-by-country/>
- Population and inclusiveness. (2023). UNCTAD. <https://unctadstat.unctad.org/insights/theme/122>
- Privara, A., & Caplanova, A. (2025). Institutions, digital investment potential and productivity growth in EU and Southeast Asia. *The Journal of Risk Finance*, 26(5), 722–744. <https://doi.org/10.1108/JRF-04-2025-0180>
- Rahayu, S. K., Ruqoyah, S., Berliana, S., Pratiwi, S. B., & Saputra, H. (2021). Cybercrime dan dampaknya pada teknologi e-commerce. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(3), 632. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.478>
- Shaqi, A. R., Shelky, A., Jamalika, N., Sahbana, I., Ikhsan, M., & Zein, A. W. (2025). Dampak inflasi terhadap daya beli masyarakat di era digital. *Jurnal Ekonomi Digital*, 9, 19135–19142.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental metodologi penelitian kuantitatif (eksplanatif)*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=Q7NNEQAAQBAJ>