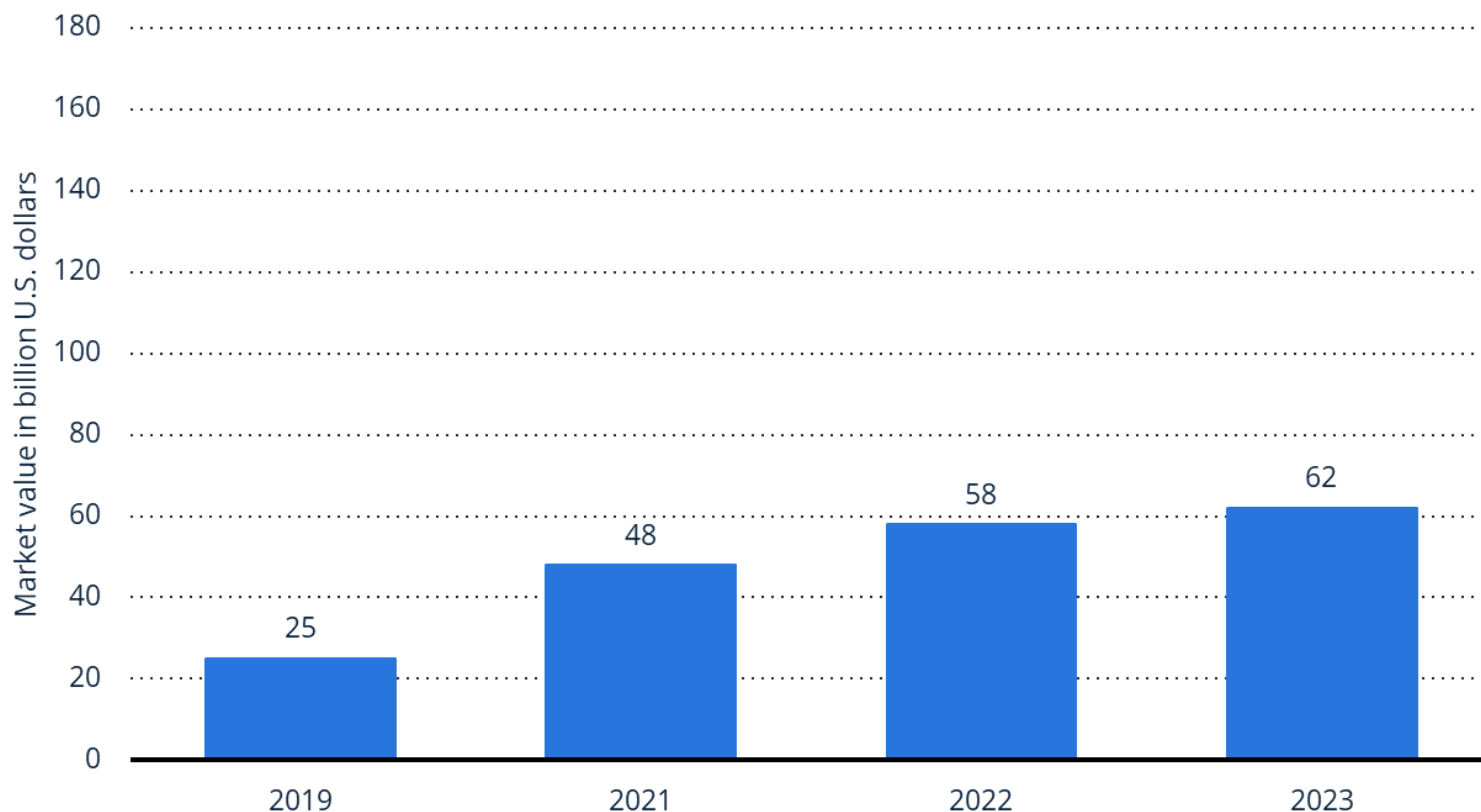


# PERDAGANGAN DIGITAL (E-COMMERCE) INDONESIA PERIODE 2023

Pusat Data dan Sistem Informasi  
Sekretariat Jenderal  
Kementerian Perdagangan



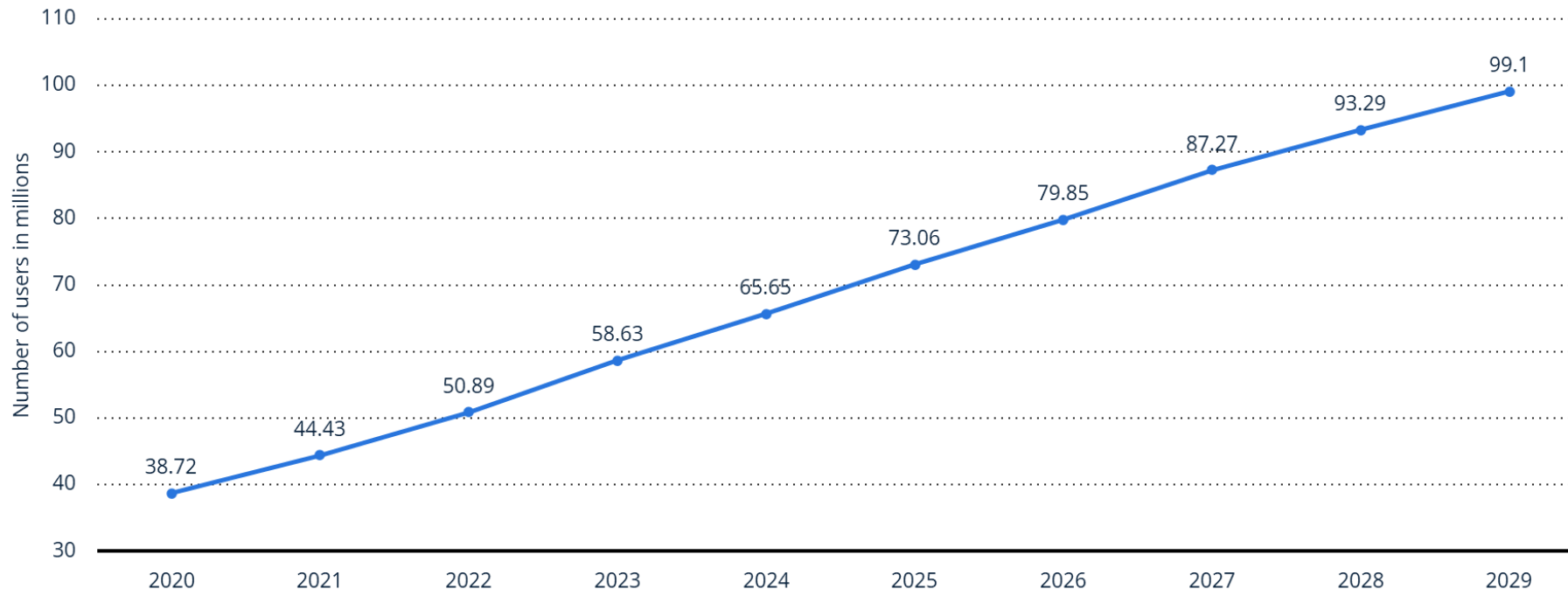
## GMV PASAR E-COMMERCE DI INDONESIA PERIODE 2019-2023



- The gross merchandise value (GMV) atau nilai barang dagangan kotor menunjukkan nilai barang yang dijual melalui pasar pelanggan-ke-pelanggan (C2C).
- Di Indonesia, nilai ini terus mengalami kenaikan sejak tahun 2019.
- Pada tahun 2023, nilai ini mencapai lebih dari USD 62 miliar.

Sumber: Google; Bain & Company; Temasek Holdings; Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

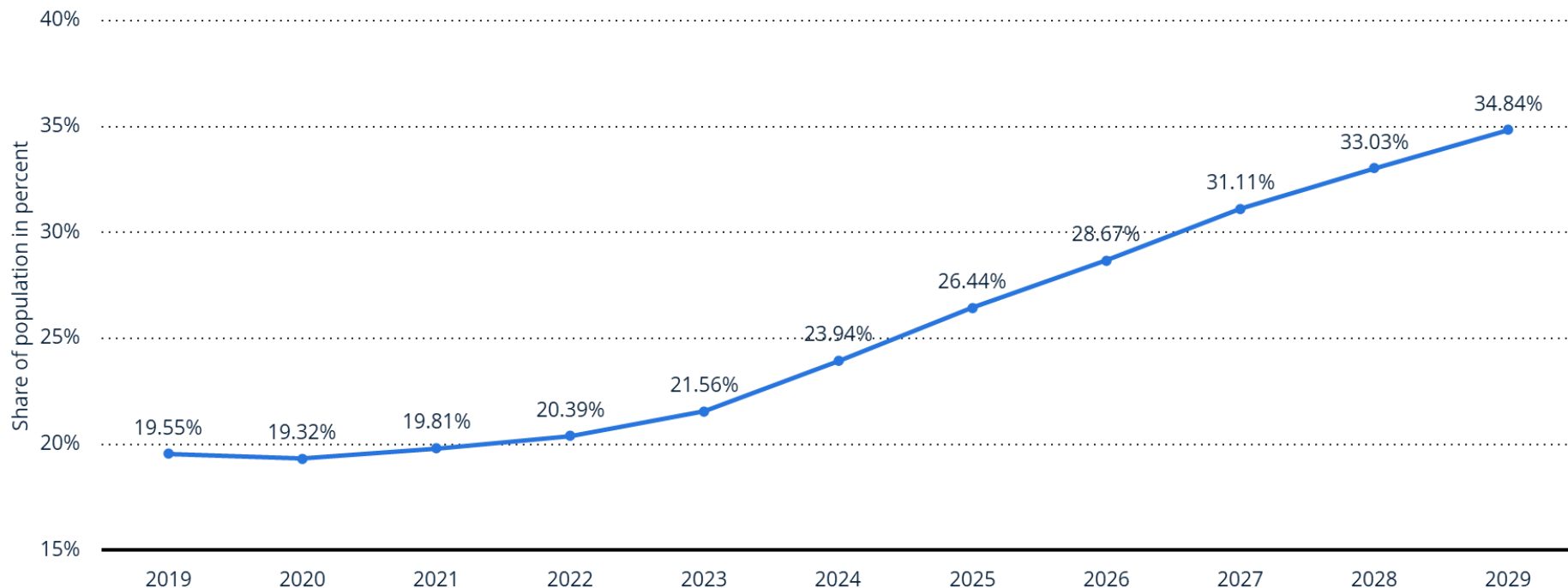
## JUMLAH PENGGUNA E-COMMERCE DI INDONESIA PERIODE 2020-2029\*



Sumber: Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

- Jumlah pengguna e-commerce di Indonesia terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020, hingga pada tahun 2023 jumlah pengguna e-commerce di Indonesia sebanyak 58,63 juta pengguna.
- Jumlah pengguna e-commerce di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat antara hingga tahun 2029 mencapai 99,1 juta pengguna.

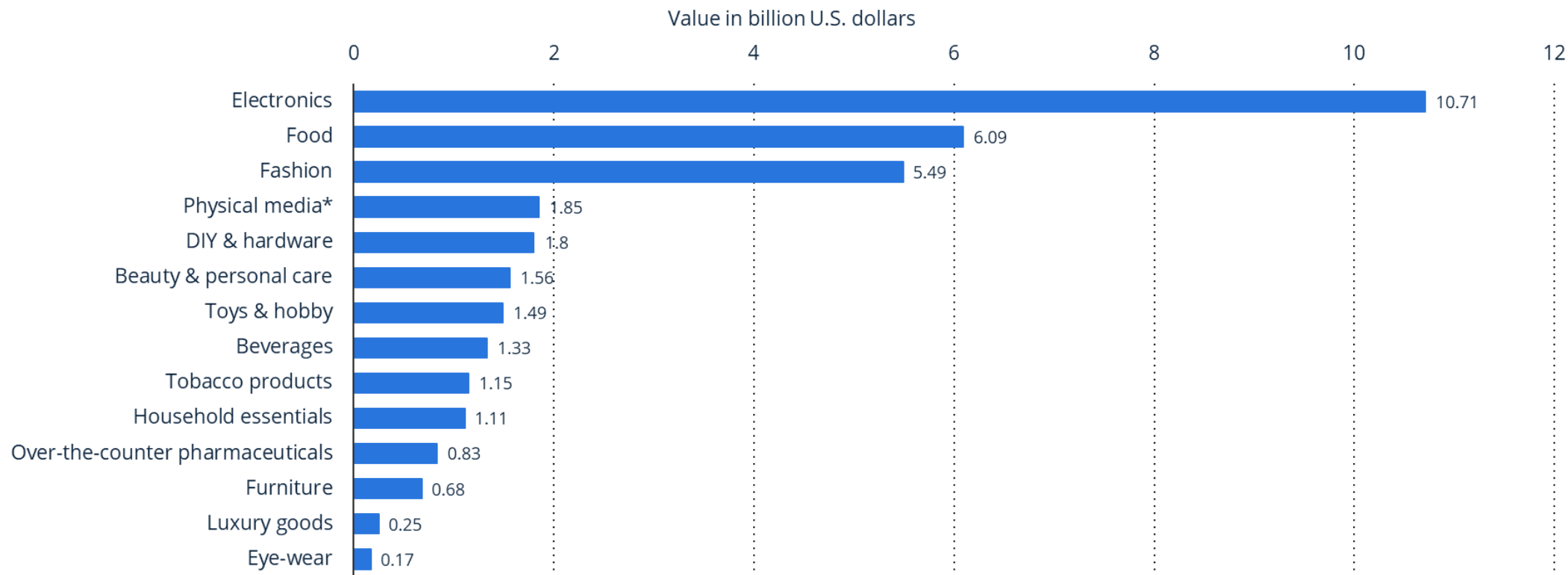
## TINGKAT PENETRASI E-COMMERCE DI INDONESIA PERIODE 2019-2029\*



Sumber: Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

- Tingkat penetrasi e-commerce di Indonesia terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020, hingga pada tahun 2023 tingkat penetrasi e-commerce di Indonesia sebesar 21,56%.
- Tingkat penetrasi e-commerce di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat antara hingga tahun 2029 mencapai 34,84%.

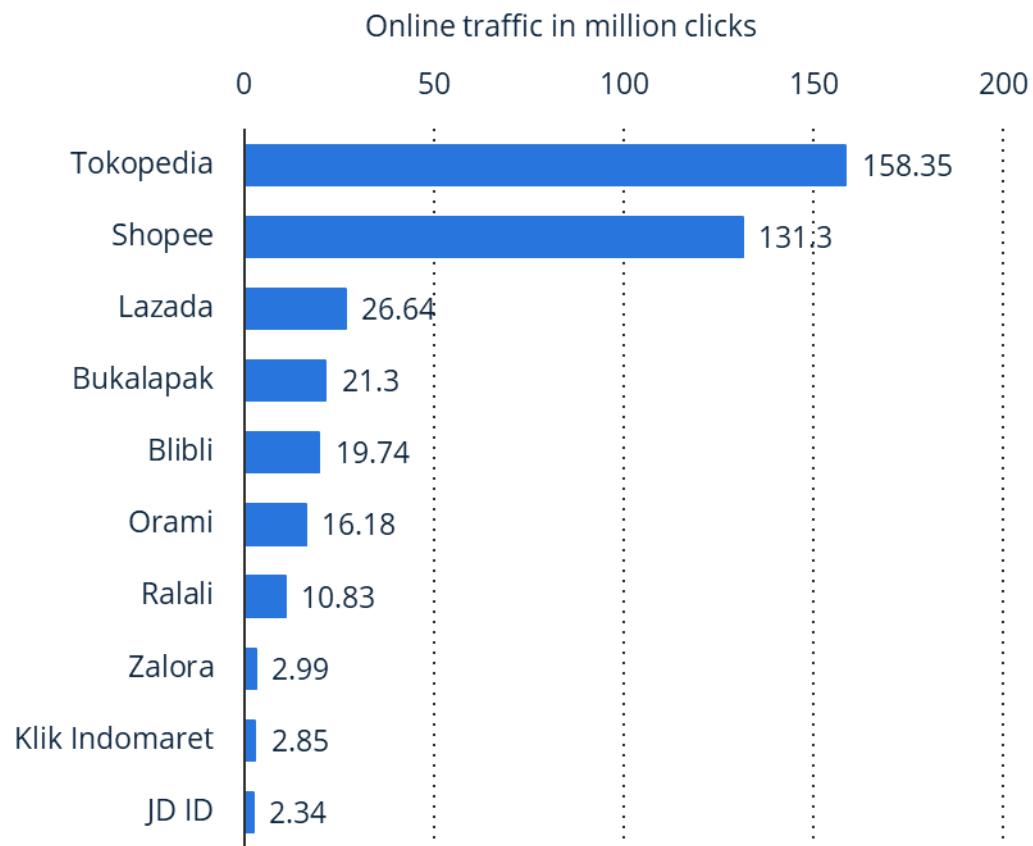
## ESTIMASI PENGELUARAN E-COMMERCE UNTUK BARANG KONSUMSI DI INDONESIA PERIODE 2022



Sumber: DataReportal; Meltwater; Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

Pada tahun 2022, estimasi pengeluaran e-commerce untuk barang konsumsi di Indonesia didominasi oleh Sektor Barang Elektronik senilai USD 10,71 juta, dan dilanjutkan oleh Sektor Makanan senilai USD 6,09 juta dan Sektor Fashion senilai USD 5,49 juta.

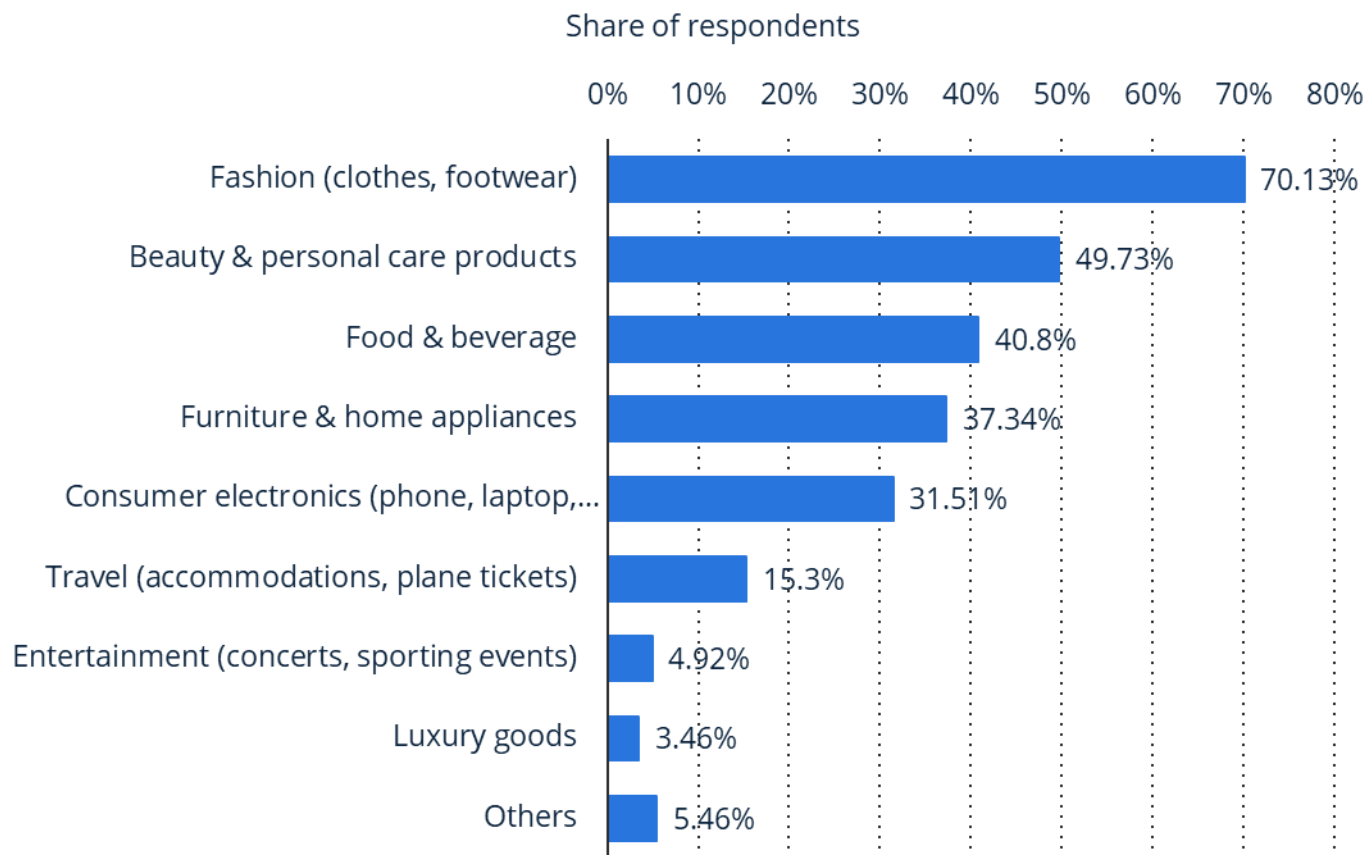
## JUMLAH KUNJUNGAN WEBSITE E-COMMERCE DI INDONESIA PERIODE KUARTAL II-2022



- Pada Kuartal II tahun 2022, Tokopedia merupakan e-commerce yang paling banyak diakses dengan jumlah akses sebanyak 158,35 juta, kemudian disusul oleh Shopee sebanyak 131.3 juta.
- Selain Tokopedia dan Shopee, beberapa e-commerce terkemuka yang banyak diakses di Indonesia diantaranya Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, Blibli, Orami, Ralali, Zalora, Klik Indomaret, dan JD.ID.

Sumber: iPrice Group; SimilarWeb; Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)

## BARANG YANG DIBELI MELALUI E-COMMERCE DI INDONESIA PERIODE JANUARI 2023



- Berdasarkan survey Statista pada Januari 2023 dengan jumlah responden sebanyak 1.434 dan berusia lebih dari 18 tahun, sebanyak 70,13% responden menggunakan e-commerce untuk membeli Fashion (Pakaian dan Sepatu).
- Selanjutnya 49,73% untuk membeli Produk Kecantikan, dan 40,8% untuk membeli makanan.

Sumber: Statista (diolah PDSI, Kementerian Perdagangan)





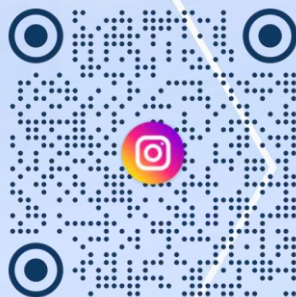
# TERIMA KASIH

## KONTAK KAMI



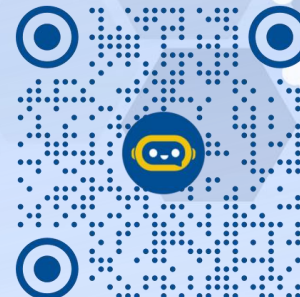
**YOUTUBE**

YOUTUBE



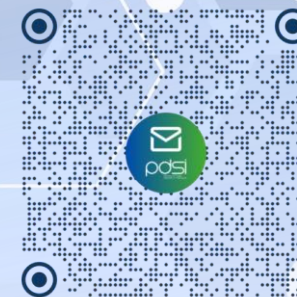
**INSTAGRAM**

INSTAGRAM



**PUSAT BANTUAN**  
<https://hero.kemendag.go.id>

PUSAT BANTUAN



**EMAIL PDSI**  
[pdsi@kemendag.go.id](mailto:pdsi@kemendag.go.id)