

PERAN E-COMMERCE DALAM MENGERAKKAN KONSUMSI NASIONAL DAN PDRB INDONESIA

Vanessa Anastasya Wiondy*, Evelyn Valerie Riyanto, Felicia Devina Wijaya, Ellen
Feodora
Universitas Ciputra Surabaya

Abstract: *The evolution of e-commerce in Indonesia has shown quite rapid expansion in line with advances in digital technology and the growing use of the internet. E-commerce usage is found on various platforms that provide various conveniences for people to conduct transactions, thus bringing about structural changes in household consumption patterns, which are the largest component of the Gross Regional Domestic Product (GRDP) of provinces in Indonesia. This study was conducted to investigate the effect of the number of e-commerce businesses and determine the amount of household consumption on the GRDP of provinces in Indonesia. In addition, the research method used is quantitative by utilizing secondary data from the Central Statistics Agency (BPS). The data analysis used multiple linear regression supported by classical assumption tests to investigate the feasibility of this study. The analysis demonstrates that the number of e-commerce businesses has a significant positive effect on the GRDP of provinces in Indonesia, while household consumption has a positive but insignificant effect on GRDP. Individually, household consumption has a dominant effect on GRDP, and the number of e-commerce businesses also contributes to increasing trade and economic digitalization in each region. These findings confirm that the evolution of e-commerce supported by increasing public purchasing power plays a significant role in driving regional economic growth. The findings of this research are expected to offer implications for local governments in formulating digital economic development policies and strategies for increasing regional economic growth.*

Keywords: *E-commerce, Household Consumption, Gross Regional Domestic Product.*

Abstrak: Kemajuan *e-commerce* di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup pesat sejalan dengan kemajuan teknologi digital, dan meningkatnya penggunaan internet. Penggunaan *e-commerce* terdapat dari berbagai *platform* yang memberikan berbagai kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan transaksi, sehingga membawa perubahan besar pada pola

*Corresponding Author.

e-mail: vanastasya@student.ciputra.ac.id

konsumsi rumah tangga dalam komponen terbesar Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) provinsi di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisa pengaruh jumlah pelaku usaha *e-commerce* dan mengetahui jumlah konsumsi rumah tangga terhadap PDRB provinsi di Indonesia. Selain itu, metode penelitian menggunakan kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder dari Badan Pusat Statistika (BPS). Analisis data yang dilakukan adalah regresi linier berganda yang didukung oleh uji asumsi klasik untuk mengetahui kelayakan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha *e-commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap PDRB provinsi di Indonesia. Sebaliknya, konsumsi rumah tangga justru berpengaruh tidak signifikan positif terhadap PDRB di Indonesia. Jumlah pelaku usaha *e-commerce* berpengaruh dominan terhadap PDRB karena turut membantu dalam peningkatan perdagangan, serta digitalisasi ekonomi di tiap daerah. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan *e-commerce* yang didukung oleh peningkatan kemampuan beli masyarakat mempunyai peran penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi regional. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi pemerintah daerah dalam melakukan perumusan kebijakan pengembangan ekonomi digital serta strategi peningkatan pertumbuhan ekonomi regional.

Kata kunci: *E-commerce*, Konsumsi Rumah Tangga, Produk Domestik Regional Bruto.

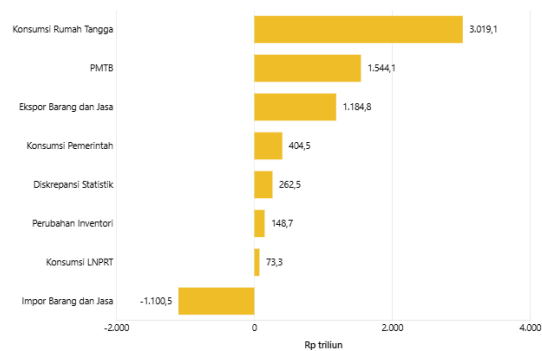
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet yang semakin meluas beberapa tahun terakhir telah mengubah pola konsumsi masyarakat Indonesia secara signifikan (Salim *et al.*, 2025). Platform digital memungkinkan konsumen melakukan transaksi tanpa dibatasi oleh waktu dan lokasi, sehingga mempermudah akses ke berbagai produk dan jasa (Sari *et al.*, 2024). Situasi ini membuat perdagangan elektronik (*e-commerce*) tumbuh pesat dan semakin menjadi bagian penting dari aktivitas ekonomi nasional (Widjaya & Fasa, 2025). Pertumbuhan pesat ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat semakin terintegrasi dengan layanan digital (Rijali, 2025).



Gambar 1. Pertumbuhan *E-Commerce*
Sumber: Goodstats (2024)

Dinamika pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia dapat dilihat dari prediksi global pada Gambar 1, yang menunjukkan bahwa Indonesia mencatat pertumbuhan *e-commerce* tertinggi secara global pada tahun 2024. Berdasarkan data diatas, Indonesia mengalami pertumbuhan *e-commerce* sebesar 30.5%, jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan rata-rata pertumbuhan global yang hanya berada pada 10.4%. Dengan kata lain, pasar digital Indonesia berkembang sangat cepat dan memiliki peluang untuk berkembang lebih besar dibanding banyak negara lain. Hal ini menggambarkan bahwa *e-commerce* adalah indikator kontributor penting dalam perkembangan ekonomi digital Indonesia (Sifa *et al.*, 2024). Perkembangan *e-commerce* ditandai dengan meningkatnya aktivitas transaksi digital yang berkontribusi terhadap dinamika perekonomian (Krisna, 2025).



Gambar 2. Konsumsi Rumah Tangga Kuartal II 2024
Sumber: Databooks (2024)

Sementara itu, dalam permintaan agregat, konsumsi rumah tangga adalah komponen terbesar yang secara langsung memengaruhi kinerja ekonomi daerah (Supriaman & Mubaraq, 2024). Menurut Gambar 2, data BPS konsumsi rumah tangga sendiri masih mendominasi struktur Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyumbang sekitar 54.53% pada kuartal II/2024. Besarnya kontribusi ini menunjukkan bahwa perubahan pola belanja masyarakat dapat memberi dampak besar terhadap ekonomi nasional. Ketika *e-commerce* memperluas akses belanja dan meningkatkan aktivitas transaksi, konsumsi rumah tangga juga ikut meningkat (Pratiwi, 2022).

Konsumsi rumah tangga merupakan komponen utama dalam pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dari sisi pengeluaran dan mencerminkan tingkat daya beli serta aktivitas permintaan masyarakat di suatu daerah (Argiyanti *et al.*, 2025). Peningkatan konsumsi tidak hanya mendorong produksi barang dan jasa, tetapi juga mempercepat perputaran ekonomi melalui distribusi, pendapatan, dan kesempatan kerja (Ula & Fayyadh, 2023). Pada tingkat regional, dinamika konsumsi rumah tangga dapat memberikan gambaran yang lebih spesifik mengenai kekuatan ekonomi lokal dibandingkan indikator nasional (Supriaman & Mubaraq, 2024). Adanya peningkatan aktivitas konsumsi rumah tangga berdampak langsung pada perekonomian daerah, seperti meningkatnya perputaran barang, jasa, dan pendapatan di wilayah tertentu (Krisna, 2025). Dampak dari peningkatan tersebut tidak hanya terlihat pada PDB nasional, tetapi juga pada kinerja ekonomi di tingkat daerah yang tercermin dalam PDRB (Tajudin, 2023). Dampak tersebut lebih tepat dianalisis menggunakan PDRB dibandingkan PDB nasional, karena PDRB mampu menangkap variasi dan dinamika ekonomi antarwilayah yang tidak sepenuhnya tercermin pada indikator nasional (Subekti & Yasin, 2023).

Menurut Prabowo *et al.* (2024) para pelaku usaha kecil mendapat peluang untuk memperluas pasar mereka melalui *e-commerce*. Selain itu, pelaku usaha dapat melayani konsumen di berbagai kawasan tanpa bergantung pada batas geografis. Inklusivitas ini membantu meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di tingkat nasional dan bahkan global. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* tidak hanya menggerakkan konsumsi, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi yang lebih partisipatif (Wirdiyanti *et al.*, 2020). Meski perkembangan *e-commerce* memberikan banyak manfaat, perubahan ini tetap memiliki tantangan dalam aspek regulasi dan perlindungan

konsumen (Iskandar, 2025). Di sisi lain, pertumbuhan *e-commerce* yang pesat mendorong peningkatan aktivitas ekonomi di berbagai daerah melalui bertambahnya jumlah pelaku usaha dan transaksi digital (Rahmadani *et al.*, 2024).

Penelitian terdahulu cenderung berfokus pada dampak *e-commerce* terhadap PDB nasional (Sari, 2024), sementara analisis pada tingkat regional dengan mempertimbangkan konsumsi rumah tangga sebagai variabel kunci masih terbatas. Meskipun demikian, perlu diketahui bagaimana mekanisme pengaruh aktivitas *e-commerce*, pola konsumsi rumah tangga, dan pencapaian PDRB di setiap daerah yang masih perlu dikaji dengan lebih mendalam, agar mengetahui karakteristik ekonomi di wilayah yang berbeda-beda. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri secara empiris hubungan antara perkembangan *e-commerce*, konsumsi rumah tangga, dan capaian PDRB sebagai indikator kinerja ekonomi daerah. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *e-commerce* dan konsumsi rumah tangga terhadap PDRB provinsi di Indonesia?

Pemahaman ini menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan pengembangan ekonomi digital agar dapat berjalan efektif dan merata. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis pengaruh perkembangan *e-commerce* dan pola konsumsi rumah tangga terhadap PDRB di Indonesia. Secara lebih spesifik, kajian ini bertujuan untuk mendalami perkembangan terkini *e-commerce* dan kaitannya dengan data konsumsi nasional, mengukur sejauh mana *e-commerce* dan konsumsi rumah tangga berkontribusi dalam mendorong PDRB, mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memperkuat atau justru menghambat peran *e-commerce* dalam mendorong konsumsi nasional dan kontribusinya terhadap PDRB Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Permintaan Agregat

Teori permintan agregat yang dikemukakan oleh Keynes (1936) menjelaskan bahwa tingkat aktivitas ekonomi suatu wilayah ditentukan oleh besarnya total permintaan terhadap barang dan jasa dalam perekonomian. Menurut Rohman *et al.* (2024), permintaan agregat terdiri atas beberapa komponen utama, yaitu konsumsi rumah tangga (C), investasi (I), pengeluaran pemerintah (G), dan ekspor neto (NX). Dalam kerangka teori ini, perubahan

pada salah satu komponen permintaan agregat akan memengaruhi tingkat produksi, pendapatan, dan output ekonomi secara keseluruhan (Rahmah *et al.*, 2025). Ketika permintaan agregat meningkat, produsen akan merespons dengan menambah output produksi untuk memenuhi kebutuhan pasar, sehingga mendorong peningkatan aktivitas ekonomi dan pertumbuhan pendapatan regional. Sebaliknya, pelemahan permintaan agregat dapat menyebabkan penurunan produksi dan perlambatan ekonomi.

Dalam konteks penelitian ini, konsumsi rumah tangga dipandang sebagai komponen utama permintaan agregat yang berkontribusi secara langsung terhadap pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), karena mencerminkan tingkat pengeluaran masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian daerah (Oktaria *et al.*, 2025). Peningkatan konsumsi rumah tangga akan mendorong produsen untuk meningkatkan kapasitas produksi, sehingga aktivitas ekonomi daerah mengalami ekspansi (Albasyari & Priyadi, 2023). Selain itu, perkembangan *e-commerce* sebagai bagian dari transformasi ekonomi digital berperan dalam memperlancar proses transaksi dan memperluas akses pasar bagi pelaku ekonomi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan intensitas perdagangan barang dan jasa (Faisal & Fasa, 2025). Keberadaan pelaku usaha *e-commerce* memungkinkan peningkatan efisiensi distribusi dan volume transaksi, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan output ekonomi daerah. Oleh karena itu, berdasarkan teori permintaan agregat, tingkat konsumsi rumah tangga dan jumlah pelaku usaha *e-commerce* dipandang sebagai faktor penting dalam menjelaskan dinamika pertumbuhan ekonomi regional yang tercermin dalam PDRB.

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Sebagai indikator makroekonomi daerah, PDRB berperan penting dalam menunjukkan capaian kinerja ekonomi suatu wilayah pada rentang waktu tertentu (Mukti & Soraya, 2024). Sebagaimana dijelaskan dalam berbagai literatur, PDRB mempresentasikan total nilai tambah dari seluruh aktivitas produksi di daerah tersebut, yang sekaligus menggambarkan tingkat pendapatan dan aktivitas ekonomi masyarakatnya (Liow *et al.*, 2022). Besaran PDRB dapat dijadikan tolak ukur dinamika pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan wilayah (Kesuma *et al.*, 2024). Dalam metodologi perhitungannya, PDRB menggunakan pendekatan domestik, artinya seluruh *value added* yang diperoleh oleh berbagai bidang usaha di wilayah itu

diakumulasikan dengan tidak memandang asal hak milik faktor produksi yang digunakan (Mudrikah *et al.*, 2021).

Dalam perspektif teori permintaan agregat, PDRB dipengaruhi oleh berbagai komponen pengeluaran ekonomi yang mencerminkan aktivitas produksi dan konsumsi di suatu wilayah (Khaidarsyah & Muthahharah, 2022). Konsumsi rumah tangga dipandang sebagai komponen utama permintaan agregat yang secara langsung mendorong permintaan terhadap barang dan jasa, sehingga berkontribusi pada peningkatan *output* regional. Sementara itu, keberadaan pelaku usaha *e-commerce* berperan dalam memperlancar distribusi barang dan jasa serta memperluas jangkauan pasar, yang pada akhirnya meningkatkan intensitas aktivitas ekonomi daerah (Firdaus *et al.*, 2025). Dengan demikian, baik konsumsi rumah tangga maupun jumlah pelaku usaha *e-commerce* diposisikan sebagai faktor yang secara teoritis relevan dalam menjelaskan variasi PDRB antarwilayah.

Jumlah Pelaku Usaha *E-commerce*

Jumlah pelaku usaha *e-commerce* menggambarkan banyaknya unit usaha yang memanfaatkan *platform* digital sebagai sarana utama dalam menjalankan kegiatan perdagangan, baik dalam proses pemasaran, transaksi, maupun distribusi barang dan jasa (Silviawati *et al.*, 2025). Keberadaan pelaku usaha *e-commerce* mencerminkan tingkat adopsi teknologi digital dalam aktivitas ekonomi suatu wilayah. Menurut Irawan & Karlinda (2023), secara konseptual peningkatan jumlah pelaku usaha *e-commerce* menunjukkan semakin intensifnya aktivitas perdagangan digital yang berlangsung, yang ditandai dengan meningkatnya interaksi antara penjual dan konsumen melalui media elektronik. Penggunaan *platform e-commerce* menciptakan kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar melampaui keterbatasan wilayah geografis, sehingga dapat mendorong peningkatan penjualan sekaligus menciptakan efisiensi dalam struktur biaya operasional usaha (Widjaja, 2025).

Selain itu, sistem *e-commerce* juga mendukung efisiensi dalam proses distribusi barang dan jasa melalui integrasi teknologi informasi dan logistik digital. Dalam konteks ekonomi regional, meningkatnya jumlah pelaku usaha *e-commerce* dipandang sebagai salah satu faktor yang berpotensi meningkatkan *output* ekonomi daerah, karena aktivitas perdagangan yang lebih efisien dan meluas berkontribusi terhadap peningkatan nilai tambah serta perputaran ekonomi di suatu wilayah (Pasaribu, 2025). Oleh karena itu, dalam kerangka teori permintaan

agregat, meningkatnya jumlah pelaku usaha *e-commerce* dipandang berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) melalui perluasan aktivitas perdagangan, penciptaan nilai tambah, serta perputaran ekonomi yang lebih intensif di tingkat daerah.

Konsumsi Rumah Tangga

Berdasarkan teori permintaan agregat, konsumsi rumah tangga merupakan komponen utama yang secara langsung memengaruhi tingkat permintaan terhadap barang dan jasa dalam perekonomian (Ragilita *et al.*, 2025). Dalam kerangka tersebut, konsumsi berperan sebagai penggerak awal aktivitas ekonomi karena menentukan besarnya permintaan yang harus dipenuhi oleh produsen (Oktaria *et al.*, 2025). Peningkatan konsumsi rumah tangga akan mendorong kenaikan permintaan agregat sehingga produsen terdorong untuk meningkatkan kapasitas produksi (Daroen *et al.*, 2024). Oktaria *et al.* (2025) menyatakan bahwa kondisi tersebut pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan *output* ekonomi yang tercermin dalam Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Pengembangan Hipotesis

Dalam kerangka teori permintaan agregat, aktivitas perdagangan merupakan salah satu faktor penting yang mendorong peningkatan *output* ekonomi suatu wilayah melalui proses produksi dan distribusi barang dan jasa. Perkembangan *e-commerce* sebagai bagian dari transformasi ekonomi digital memperkuat mekanisme tersebut dengan meningkatkan efisiensi transaksi, memperluas jangkauan pasar, serta mengintegrasikan aktivitas ekonomi lintas wilayah. Menurut Harahap *et al.* (2025), semakin banyak pelaku usaha yang terlibat dalam aktivitas *e-commerce*, semakin besar pula potensi peningkatan nilai tambah yang dihasilkan dari sektor perdagangan dan jasa, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

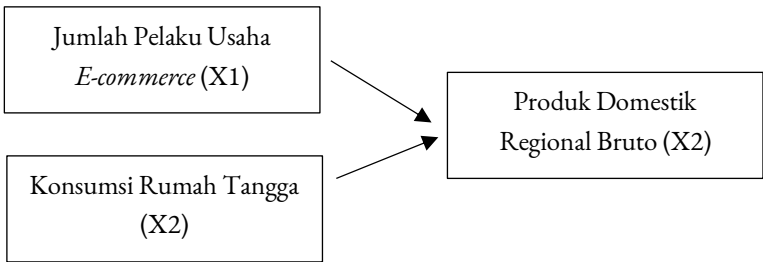
Sejalan dengan kerangka teori tersebut, penelitian oleh Situmorang & Prima (2025) menunjukkan bahwa perkembangan *e-commerce* di Indonesia secara signifikan mendorong pertumbuhan PDRB, terutama melalui peningkatan transaksi digital dan partisipasi pelaku usaha dalam ekosistem *e-commerce*. Temuan ini diperkuat oleh Panggabean *et al.* (2025) yang menyatakan bahwa peningkatan jumlah pelaku usaha *e-commerce* berkontribusi pada

perluasan pasar, efisiensi distribusi, serta integrasi ekonomi digital di tingkat regional, yang pada akhirnya mendorong peningkatan output ekonomi daerah. Oleh karena itu, peningkatan jumlah pelaku usaha *e-commerce* diperkirakan memiliki hubungan positif terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

H1: Jumlah pelaku usaha *e-commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).

Dalam kerangka teori permintaan agregat, konsumsi rumah tangga merupakan komponen utama dalam pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) karena mencerminkan besarnya permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian daerah. Tingkat konsumsi rumah tangga menggambarkan kemampuan beli masyarakat yang secara langsung memengaruhi tingkat produksi dan aktivitas ekonomi regional melalui mekanisme permintaan agregat (Oktaria *et al.*, 2025). Peningkatan konsumsi rumah tangga akan mendorong produsen untuk meningkatkan kapasitas produksi guna memenuhi permintaan pasar, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan output ekonomi daerah (Daroen *et al.*, 2024). Sejalan dengan pandangan teoritis tersebut, Oktaria *et al.* (2025) menunjukkan bahwa peningkatan konsumsi rumah tangga mencerminkan adanya ekspansi permintaan agregat yang mendorong pertumbuhan output ekonomi daerah. Hal ini juga didukung oleh Andriansyah & Athoillah (2024) yang menyatakan bahwa konsumsi rumah tangga memiliki peran penting dalam menentukan tingkat produksi dan pendapatan regional. Maka dari itu, hipotesis kedua adalah,

H2: Konsumsi rumah tangga berpengaruh signifikan positif terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB).



Gambar 3. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dinilai tepat karena mampu memberikan hasil pengujian hubungan antarvariabel yang terukur, konsisten, dan dapat dianalisis secara statistik. Populasi penelitian meliputi seluruh provinsi di Indonesia yang berjumlah 38 provinsi, dengan tahun 2024 ditetapkan sebagai periode observasi penelitian. Pemilihan tahun tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa periode ini mencerminkan kondisi terkini perkembangan teknologi digital, pola konsumsi masyarakat, serta dinamika perekonomian nasional, sekaligus meminimalkan potensi distorsi data akibat perubahan kebijakan dan faktor eksternal pada tahun-tahun sebelumnya (Setyaningrum & Rusmana, 2025). Data Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) provinsi, pengeluaran konsumsi rumah tangga, dan informasi mengenai perkembangan *e-commerce* di Indonesia diperoleh dari BPS (2024). Pemanfaatan sumber-sumber tersebut dilakukan untuk memastikan keandalan, akurasi, dan relevansi data yang dimanfaatkan dalam analisis penelitian.

Penelitian ini menggunakan PDRB tingkat provinsi sebagai variabel dependen sebagai indikator untuk menggambarkan tingkat aktivitas serta kinerja perekonomian daerah. Adapun variabel independen terdiri atas jumlah pelaku usaha *e-commerce* (X1) dan konsumsi rumah tangga (X2) yang dipandang sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi PDRB (Tunggara & Chang, 2025). Variabel PDRB diukur berdasarkan nilai PDRB atas dasar harga konstan menurut provinsi. Variabel jumlah pelaku usaha *e-commerce* diukur berdasarkan total pelaku usaha *e-commerce* per provinsi, sedangkan konsumsi rumah tangga diukur berdasarkan total pengeluaran konsumsi rumah tangga per provinsi (Pakage *et al.*, 2025).

Dalam penelitian ini, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dianalisis melalui pendekatan regresi linier berganda, yang memungkinkan pengujian pengaruh secara bersama-sama maupun per variabel. Tahap awal sebelum estimasi model regresi adalah melakukan pengujian asumsi klasik, yang meliputi uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas residual dilakukan menggunakan *Shapiro-Wilk W Test*. Pemilihan uji ini didasarkan pada ukuran sampel penelitian yang berjumlah 38 observasi, yang termasuk dalam kategori sampel kecil atau kurang dari 50 observasi. Oleh karena itu, uji *Shapiro-Wilk* dianggap paling sesuai untuk memastikan asumsi kenormalan sebelum dilakukan analisis lebih lanjut (Ahadi & Zain, 2023). Sementara itu, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Breusch-Pagan

Godfrey karena metode ini terbukti efektif dan akurat dalam mendeteksi adanya ketidaksamaan varians residual dibandingkan dengan metode yang lain. Penelitian Andriani (2017) menunjukkan bahwa metode *Breusch-Pagan Godfrey* memiliki nilai *Mean Square Error* (MSE) yang lebih kecil sehingga mampu memberikan hasil deteksi heteroskedastisitas yang lebih akurat dalam memastikan validitas model regresi.

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk menilai kelayakan model regresi dari sisi statistik. Pemenuhan asumsi tersebut penting untuk menjamin keakuratan dan konsistensi estimasi koefisien regresi, sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Setyaningsih *et al.*, 2025). Selanjutnya, hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dalam penelitian ini dirumuskan ke dalam model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) provinsi

X1 = Jumlah pelaku usaha *e-commerce*

X2 = Konsumsi rumah tangga

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada Tabel 1, variabel PDRB (Y) pada 38 provinsi di Indonesia menghasilkan nilai minimum sebesar 26561.43 dan nilai maksimum sebesar 3679359, dengan nilai rata-rata 579488.1 dan standar deviasi 876524.9, yang menunjukkan adanya variasi tingkat aktivitas ekonomi yang cukup besar antar provinsi. Variabel jumlah usaha (X1) memiliki nilai minimum 2.7 dan maksimum 63.54, dengan *mean* 35.20 serta standar deviasi 11.99, yang mengindikasikan bahwa persebaran jumlah usaha antar provinsi tergolong bervariasi. Sementara itu, variabel konsumsi rumah tangga (X2) memiliki nilai minimum 14.55 dan maksimum 83.9 dengan nilai *mean* 50.05 dan standar deviasi 16.03,

yang menunjukkan adanya perbedaan tingkat konsumsi rumah tangga antar provinsi meskipun variasinya relatif lebih moderat dibandingkan variabel PDRB.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variables	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	38	26561.43	3679359	579488.1	876524.9
X1	38	2.7	63.54	35.20395	11.99953
X2	38	14.55	83.9	50.04816	16.027
Valid N	38				

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan Tunggara & Chang (2025), sebuah data dapat memenuhi kriteria distribusi normal jika besaran signifikansinya lebih dari 0.05. Hasil uji yang ditunjukkan pada Tabel 2 diperoleh dari residual model log (*resid_log*) dengan jumlah 38 observasi. Statistik *Shapiro-Wilk* tercatat sebesar 0.98049 yang mendekati nilai 1. Hal tersebut menunjukan bahwa distribusi residual mendekati normal. Nilai *z* dari uji ini adalah -0.628 dengan $\text{Prob} > z$ sebesar 0.73508, melebihi batas signifikansi 0.05. Hasil uji normalitas dengan metode *Shapiro-Wilk* menunjukkan bahwa nilai probabilitas ($\text{Prob} > z$) melebihi 0.05. Kondisi ini menandakan bahwa hipotesis nol tidak ditolak, sehingga residual dalam model dapat dianggap berdistribusi normal. Oleh sebab itu, residual dari model regresi log ini telah memenuhi persyaratan normalitas data. Transformasi logaritmik pada variabel model terbukti efektif dalam memperbaiki residual, sehingga analisis regresi dapat dilakukan dengan valid tanpa distorsi akibat pelanggaran normalitas.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Shapiro-Wilk W Test					
Model	Obs	W	V	z	Probs > z
resid_log	38	.98049	.741	-.628	.73508

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Uji multikolinearitas merupakan pengujian untuk variabel-variabel agar diketahui ada atau tidaknya korelasi pada model regresi (Meiryani, 2021). Berdasarkan hasil uji

multikolinearitas pada model regresi yang menggunakan data dari 38 provinsi di Indonesia, dengan variabel independen yaitu jumlah pelaku usaha *e-commerce* (X1), konsumsi rumah tangga (X2), dan variabel dependen Produk Domestik Bruto Regional (PDRB) provinsi (Y). Sartika *et al.* (2020) mengatakan uji multikolinearitas untuk mengetahui hasil penelitian koefisien regresi tersebut efisien atau tidak, jika uji multikolinearitas diketahui antarvariabel saling berkolerasi maka koefisien regresi tidak efisien. Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas, setiap variabel independen menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1.01 dengan nilai toleransi (1/VIF) sebesar 0.989. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh tetap memenuhi standar yang ditetapkan, yaitu VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0.01, sehingga antarvariabel independen dalam model regresi tidak saling berkorelasi secara berlebihan atau dengan kata lain tidak ditemukan indikasi multikolinearitas (Purba *et al.*, 2021). Oleh sebab itu, masing-masing dari variabel independen tidak saling korelasi secara kuat, dan dapat menjelaskan pengaruhnya pada PDRB provinsi secara independen.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variables	VIF	1/VIF
X1	1.01	.989010
X2	1.01	.989010
Mean VIF	1.01	

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode *Breusch-Pagan* yang disajikan pada Tabel 4, dihasilkan nilai Prob > chi2 sebesar 0.9002, yang melebihi tingkat signifikansi yaitu 0.05. Hasil tersebut menandakan bahwa hipotesis nol yang menyatakan adanya heterokedastisitas tidak dapat ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heterokesdastisitas atau memiliki *varians error* yang konstan. Dengan terpenuhinya asumsi klasik ini, estimasi koefisien regresi yang dihasilkan dapat dianggap efisien dan tidak bias, shingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara andal dan model yang dimanfaat layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel dependen dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Coefficient	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
X1	1.424088	.332005	4.29	.900	.7500825	2.098094
X2	.2170015	.4238729	.51	.612	-.6435062	1.077509
_cons	6.690507	2.099226	3.19	.903	2.428852	10.95216

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Koefisien Determinasi

Model regresi yang digunakan menunjukkan tingkat keterkaitan yang cukup kuat antara variabel independen dan PDRB, tercermin dari nilai koefisien korelasi (R) sebesar .5870. Berlandaskan dari hasil pengujian model, diperoleh *R Square* sebesar .3446. Angka ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel independen yang dimanfaatkan mampu menggambarkan sekitar 34.46% dari variasi yang terjadi pada PDRB. Sisanya, sekitar 65.54%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, nilai *Adjusted R Square* adalah .3071. Nilai ini kurang dari *R Square* biasa, menandakan bahwa kekuatan penjelas model mengalami penurunan saat memperhitungkan kompleksitas model, namun masih dapat dikategorikan dalam tingkat yang moderat. Di samping itu, *Standard Error of the Estimate* yang sebesar 1.0502 mencerminkan besarnya rata-rata penyimpangan yaitu PDRB aktual dengan nilai yang diperkirakan oleh model.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.5870	.3446	.3071	1.0502

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Uji F

Berdasarkan hasil uji F dalam Tabel 6, diperoleh nilai statistik F sebesar 9.20 dengan nilai signifikansi 0.0006. Karena nilai probabilitas ini kurang dari batas signifikansi 5% ($\alpha=0.05$), menyebabkan hipotesis nol dapat ditolak. Hal ini membuktikan bahwa secara simultan, variabel jumlah pelaku usaha *e-commerce* (X1) dan konsumsi rumah tangga (X2) berpengaruh signifikan terhadap PDRB. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa model regresi dalam

penelitian ini telah mencapai kelayakan dan dapat diandalkan untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas dengan PDRB sebagai proksi dari aktivitas ekonomi regional.

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	F-Statistic	Prob > F	Conclusion
Residual	9.20	.0006	Significant

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Uji t

Hasil Uji t pada Tabel 7 menunjukkan bahwa kedua variabel independen memberikan pengaruh yang berbeda terhadap PDRB. Variabel *e-commerce* (X1) memperoleh koefisien regresi sebesar 1.424088 dengan nilai statistik t sebesar 4.29 dan probabilitas 0.000. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 5%. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa jumlah pelaku usaha *e-commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap PDRB dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku usaha yang terlibat dalam aktivitas *e-commerce*, semakin besar kontribusinya terhadap peningkatan aktivitas ekonomi regional yang tercermin dalam PDRB. Sebaliknya, variabel konsumsi rumah tangga (X2) menghasilkan koefisien sebesar 0.217 dengan statistik t 0.51 dan probabilitas 0.612. Karena nilai probabilitas ini melebihi batas signifikansi 5%, maka pengaruh konsumsi rumah tangga terhadap PDRB tidak signifikan. Berdasarkan temuan ini, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan adanya pengaruh signifikan positif dari konsumsi rumah tangga terhadap PDRB dinyatakan ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa perubahan konsumsi rumah tangga belum mampu menjelaskan secara langsung perubahan PDRB secara statistik dalam periode penelitian. Meskipun demikian, hasil ini tidak meniadakan peran penting konsumsi rumah tangga dalam perekonomian, melainkan menunjukkan adanya pengaruh faktor lain yang lebih dominan di luar model penelitian.

Tabel 7. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob > t	Conclusion
X1	1.424088	.332005	4.29	.000	Significant
X2	.2170015	.4238729	.51	.612	Not Significant
_cons	6.6905	2.099226	3.19	.003	Significant

Sumber: Diolah Peneliti (2026)

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Temuan ini sejalan dengan teori permintaan agregat yang menekankan bahwa peningkatan aktivitas ekonomi, baik melalui konsumsi, investasi, maupun perdagangan, akan mendorong *output* regional (Sigalingging *et al.*, 2024). Dalam konteks ini, perkembangan *e-commerce* berperan sebagai mekanisme yang memperluas permintaan agregat melalui peningkatan transaksi digital, efisiensi distribusi, serta perluasan akses pasar antarwilayah. Di Indonesia, perkembangan *e-commerce* mendorong peningkatan aktivitas perdagangan dan jasa melalui kemudahan akses pasar, integrasi sistem pembayaran digital, serta penurunan biaya transaksi dan distribusi (Putri & Fasa, 2025). Sejalan dengan hal tersebut, Dharma *et al.* (2022) menemukan bahwa dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, nilai transaksi *e-commerce* berpengaruh positif. Dengan semakin intensifnya penggunaan *platform* digital, pelaku ekonomi dapat bertransaksi dengan efisiensi biaya dan cakupan pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan nilai tambah ekonomi yang tercermin dalam PDRB. Studi oleh Situmorang & Prima (2025) menegaskan bahwa perbedaan dampak *e-commerce* antarprovinsi mencerminkan pentingnya kesiapan infrastruktur digital, tingkat adopsi teknologi, serta integrasi ekonomi digital dalam aktivitas ekonomi daerah. Temuan ini memperkuat argumen bahwa *e-commerce* bukan hanya sebagai sarana perdagangan, tetapi juga berperan sebagai faktor struktural yang memperkuat komponen permintaan agregat dan pertumbuhan PDRB dalam jangka menengah.

Berbeda dengan *e-commerce* yang bersifat dinamis dan menciptakan variasi antarprovinsi, konsumsi rumah tangga memiliki karakteristik yang lebih stabil. Dalam kerangka teori permintaan agregat, $AD = C + I + G + NX$, yang dimana *C* sebagai konsumsi rumah tangga merupakan komponen utama yang menentukan level *output* ekonomi. Namun, dalam konteks antar provinsi dan jangka pendek, perannya terhadap variasi PDRB menjadi lebih terbatas. Hal ini disebabkan pengeluaran rumah tangga di berbagai wilayah didominasi oleh kebutuhan pokok seperti makanan, tempat tinggal, transportasi, pendidikan, dan kesehatan, yang dimana pengeluaran tersebut harus tetap terpenuhi dalam kondisi apa pun sehingga jumlahnya tidak banyak berubah dalam waktu singkat (Pahambira & Mbana, 2025). Konsumsi rumah tangga di Indonesia memang merupakan komponen besar dalam struktur pengeluaran nasional, tetapi variasi antar wilayah dan antarperiode pengamatan

sering kali lebih stabil karena perilaku konsumsi yang didorong oleh kebutuhan dasar sehari-hari dan pendapatan jangka panjang (Purnomo, 2025). Penelitian Daroen *et al.* (2024) menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi rumah tangga secara agregat memiliki hubungan positif dengan Produk Domestik Regional Bruto nasional dalam jangka panjang, tetapi hubungan ini lebih seragam dan tidak selalu menunjukkan variasi kuat dalam periode yang singkat atau lintas wilayah tertentu. Selain itu, struktur konsumsi rumah tangga di Indonesia didominasi oleh pengeluaran untuk kebutuhan dasar yang relatif seragam antarprovinsi (Argiyanti *et al.*, 2025). Badan Pusat Statistik (2024) menunjukkan bahwa pola konsumsi rumah tangga antar wilayah tidak memiliki variasi yang cukup besar dalam jangka pendek. Dalam periode penelitian, konsumsi rumah tangga belum menjadi faktor dominan yang memengaruhi variasi PDRB antarprovinsi, sehingga pengaruhnya dalam model empiris tidak muncul secara signifikan.

Dengan membandingkan kedua temuan tersebut, perbedaan signifikansi antara *e-commerce* dan konsumsi rumah tangga dapat dipahami melalui kerangka teori permintaan agregat. Secara teoritis, pertumbuhan ekonomi memang dipengaruhi oleh besarnya permintaan barang dan jasa, tetapi kontribusi tiap komponennya berbeda tergantung dinamika dan variasinya. Situmorang & Prima (2025) tidak hanya menunjukkan adanya heterogenitas dampak *e-commerce* antarprovinsi, tetapi juga menegaskan bahwa *e-commerce* berperan dalam memperkuat permintaan agregat melalui peningkatan efisiensi transaksi, perluasan pasar, dan integrasi aktivitas ekonomi antarwilayah, sehingga menciptakan variasi ekonomi yang lebih nyata dalam PDRB provinsi. Sebaliknya, Sugiarto & Wibowo (2020) menunjukkan bahwa konsumsi rumah tangga sebagai komponen utama permintaan agregat cenderung dipengaruhi oleh faktor struktural dan kebutuhan dasar yang relatif stabil, sehingga variasinya antarprovinsi dalam jangka pendek lebih terbatas dan tidak selalu menghasilkan perbedaan yang signifikan terhadap PDRB provinsi. Dengan demikian, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa dalam konteks ekonomi regional, faktor yang meningkatkan dinamika dan integrasi pasar seperti *e-commerce* memiliki peran yang lebih kuat dalam menjelaskan variasi PDRB dibandingkan komponen yang relatif konstan seperti konsumsi rumah tangga.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh *e-commerce* (X1) dan konsumsi rumah tangga (X2) sebagai variabel independen terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sebagai variabel dependen pada tingkat provinsi di Indonesia. Hasil penelitian menjelaskan bahwa *e-commerce* terbukti berpengaruh terhadap PDRB. Dengan adanya *e-commerce*, ekonomi di berbagai wilayah Indonesia menjadi lebih efisien dan dapat menjangkau secara luas. Secara parsial, jumlah pelaku usaha *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap PDRB. Jadi, semakin banyak pelaku usaha yang terlibat dalam aktivitas *e-commerce*, maka semakin besar juga kontribusi terhadap peningkatan ekonomi daerah. *E-commerce* juga sangat mempermudah dalam proses transaksi, yang dimana dapat mendorong peningkatan nilai tambah untuk perputaran ekonomi Indonesia. Hal ini juga dipengaruhi oleh perbedaan kondisi perekonomian dan sumber pendapatan masyarakat di setiap daerah yang berbeda. Temuan ini menunjukkan adanya perkembangan *e-commerce* yang mendukung peningkatan daya beli masyarakat sehingga memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi regional di daerah. Pemerintah daerah juga perlu memperkuat infrastruktur digital, meningkatkan literasi digital terhadap masyarakat, dan dapat mendorong Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk dapat mengikuti perkembangan *e-commerce* agar pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia dapat lebih berkembang.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan terkait dengan ketersediaan data yang digunakan. Data masih bersifat agregat pada tingkat provinsi karena terbatasnya publikasi data resmi sehingga belum menggambarkan perbedaan kondisi di kabupaten dan kota secara detail. Variasi akses internet, ketersediaan infrastruktur digital, dan perilaku konsumsi antar wilayah yang lebih kecil belum terpotret secara utuh pada data sekunder yang tersedia sehingga dapat mempengaruhi hasil penelitian. Hal ini membatasi ketepatan interpretasi kondisi ekonomi pada wilayah yang lebih kecil. Selain itu, perkembangan *e-commerce* dan pola konsumsi rumah tangga yang cukup pesat menyebabkan data yang dimanfaatkan belum sepenuhnya menggambarkan kondisi jangka panjang hasil penelitian.

Dengan demikian, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas periode pengamatan dengan memanfaatkan data panel agar dapat menangkap dinamika perubahan *e-commerce* dan konsumsi rumah tangga terhadap PDRB dalam jangka panjang. Selain itu, penelitian mendatang dapat menggunakan wilayah analisis yang lebih rinci, seperti kabupaten atau kota, agar hasil penelitian dapat menyajikan gambaran yang lebih presisi sesuai dengan kondisi masing-masing daerah. Penelitian berikutnya juga disarankan menambah variabel relevan lainnya yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, seperti pengeluaran pemerintah dan investasi. Penambahan variabel diharapkan mampu memberikan penjelasan pada faktor lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap PDRB serta dapat memperkuat dasar pengambilan kebijakan.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahadi, G. D., & Zain, N. N. L. E. (2023). Pemeriksaan Uji Kenormalan dengan Kolmogorov-Smirnov, Anderson-Darling dan Shapiro-Wilk. *Eigen Mathematics Journal*, 6(1), 11–19. <https://doi.org/10.29303/emj.v6i1.131>
- Albasyari, N. N., & Priyadi, U. (2023). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Jawa Tengah 2017–2021. *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan (JKEK)*, 2(2), 172–180. <https://doi.org/10.20885/JKEK.vol2.iss2.art8>
- Andriani, S. (2017). Uji Park dan Uji Breusch Pagan Godfrey dalam Pendeteksian Heteroskedastisitas pada Analisis Regresi. *Al-Jabar Jurnal Pendidikan Matematika*, 8(1), 63–72. <https://doi.org/10.24042/ajpm.v8i1.1014>
- Andriansyah, A. S., & Athoillah, M. (2024). Analisis Pengaruh Jumlah Penduduk, Produk Domestik Regional Bruto (Pdrb), Inflasi Dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kota Malang Tahun 2012-2021. *Journal of Development Economic and Social Studies*, 3(2), 552–567. <https://doi.org/10.21776/jdess.2024.03.2.17>
- Argiyanti, E., Manggalih, G., Damayanti, S., Febriyanti, A., Putria, A., & Nuraya, A. (2025). Pengaruh Tingkat PDRB terhadap Konsumsi Rumah Tangga: Komparatif 34 Provinsi di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.55606/jurima.v5i2.5236>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia, Maret 2024 (Publikasi No. 04200.24006). *Badan Pusat Statistik*.

- <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/10/18/b392b2e96c87c090a6f8d9c2/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia-maret-2024.html>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Produk Domestik Regional Bruto Provinsi-provinsi di Indonesia Menurut Lapangan Usaha 2020-2024. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/04/11/95c729ee8c6fb5e2cb86b00f/produk-domestik-regional-bruto-provinsi-provinsi-di-indonesia-menurut-lapangan-usaha-2020-2024.html>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2025). Cerita Data Statistik untuk Indonesia - Menimbang Manfaat dan Risiko Penggunaan Marketplace dalam E-Commerce di Indonesia. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/09/30/3bc481a585782813cc894636/cerita-data-statistik-untuk-indonesia---menimbang-manfaat-dan-risiko-penggunaan-marketplace-dalam-e-commerce-di-indonesia.html>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik E-Commerce 2024. *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/11/28/647323224ecc656c2933571b/statistik-e-commerce-2024.html>
- Daroen, S. S., Zaini, M. E., Fadillah, N. N., Kusuma, A. M. R. D., Muktiari, A. K., Akbarullah, F. S., Dahri, D., & Rivtryana, D. A. (2024). Pengaruh Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia Tahun 2003-2022. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 1(3), 261-268. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jrme/article/view/1637/1498>
- 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*, 1(3), 260-266. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v1i3.857>
- Faisal, M. T., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi Digital: Peran E-Commerce dalam Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(4). <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1764>
- Firdaus, R., Siregar, S. D., & Angginta, I. (2025). Dampak E-Commerce dalam Dunia Bisnis Modern. *Jurnal Ekonomi Revolutioner (JER)*, 8(7), 180-186. <https://eco.ojs.co.id/index.php/jer/article/view/1316>

- Harahap, A. E. E. G., Sari, N. E., Naibaho, A. F., Harefa, A. E., & Naibaho, I. (2025). Pengaruh Perdagangan Digital terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *JIIIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(3). <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/download/2905/3086>
- Irawan, D., & Karlinda, R. (2023). Peran Kewirausahaan dan E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Ekonomi Syariah di Kabupaten Pringsewu. *eCo-Buss*, 5(3), 1035–1044. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.665>
- Iskandar, S. A. (2025). Perkembangan E-Commerce di Indonesia: Regulasi dan Tantangannya. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(4), 98–101. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17263810>
- Kesuma, A., Rinanda, F., Astafira, I., Afriani, N., Fadlirhohim, R., Lestari, T., & Sifriyani, S. (2024). Pemodelan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Indonesia Periode 2018-2021 dengan Analisis Regresi Data Panel. *ESTIMASI: Journal of Statistics and Its Application*, 5(2), 216–229. <https://doi.org/10.20956/ejsa.v5i2.27522>
- Keynes, J. M. (1936). The General Theory of Employment, Interest, and Money. *Marxists Internet Archive*. <https://www.marxists.org/reference/subject/economics/keynes/general-theory/>
- Khaidarsyah, & Muthahharah, I. (2022). Analisis Faktor PDRB Menurut Pengeluaran yang Mempengaruhi Laju Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Sulawesi Selatan. *Inferensi*, 5(2), 115. <https://doi.org/10.12962/j27213862.v5i2.14189>
- Komalawati, Romdon, A. S., & Saidah, Z. (2021). Factors Affecting Consumption Households in Indonesia. *Jurnal Prodi Agribisnis*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.56869/kaliagri.v2i2.246>
- Krisna, A. (2025). E-Commerce and Digital Economy: An Analysis of Changing Consumption Patterns and Their Impact on Economic Growth. *Oikonomia : Journal of Management Economics and Accounting*, 2(3), 123–137. <https://doi.org/10.56869/kaliagri.v2i2.246>
- Liow, M. O., Naukoko, A., & Rompas, W. (2022). Pengaruh Jumlah Penduduk dan Investasi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) di Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(2). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/40394>

- Meiryani. (2021). Memahami Uji Multikolinearitas dalam Model Regresi. *Accounting Program BINUS University*.
<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-multikolinearitas-dalam-model-regresi/>
- Mudrikah, A., Maulidah, A., & Jannah, N. (2021). Analisis PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) dari Sisi Lapangan Usaha Provinsi Sumatra Utara. *ETNIK: Jurnal Ekonomi dan Teknik*, 1(3), 156–161. <https://doi.org/10.54543/etnik.v1i3.35>
- Mukti, M. T. P., & Soraya, S. (2024). Pengaruh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Terhadap Kemiskinan dan Tenaga Kerja. *Jurnal Sains Natural (JSN)*, 2(2), 25-28. <https://doi.org/10.35746/jsn.v2i2.387>
- Oktaria, V., Rofiqi, F. K., Nitaloka, C., Evriyando, W., & Setyanto, A. R. (2025). Analisis Pengaruh Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah, Investasi, Ekspor, Dan Impor Terhadap Produk Domestic Bruto di Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(11).
<https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/3446>
- Pahambira, Y. N., & Mbana, F. R. L. (2025). Analisis Ketahanan Pangan Rumah Tangga Petani Kacang Tanah Berdasarkan Proporsi Pengeluaran Pangan di Desa Hambapraing Kecamatan Kanatang. *Seminar Nasional Sustainable Agricultural Technology Innovation (SATI), 4th National Seminar, Universitas Kristen Wira Wacana Sumba*, 122–136. <https://www.ojs.unkriswina.ac.id/index.php/semnas-FST/article/view/1224>
- Package, F. D., Rumagit, G. A. J., & Rori, Y. P. I. (2025). Sektor Penggerak Utama Pertumbuhan Ekonomi Kota Manado. *Agri-SosioEkonomi: Jurnal Transdisiplin Pertanian*, 21(3), 1097–1108.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jisep/article/download/64315/50638/162913>
- Panggabean, L. T., Sembiring, M., & Suharianto, J. (2025). Analisis Pengaruh Ekspor, Impor, dan Inflasi terhadap PDRBHK di Sumatera Utara Tahun 2001-2021. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara (JICN)*, 2(2).
<https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/2999>

- Pasaribu, V. L. D. (2025). E-Commerce: Menciptakan Daya Saing Melalui Informasi Teknologi. *PT Media Pustaka Indo*.
<https://media.neliti.com/media/publications/631848-ecommerce-menciptakan-daya-saing-melalui-e74e714f.pdf>
- Prabowo, D., Tariazela, C., & Birgithri, A. (2024). An Examination of the Impact of Using Marketplaces to Promote the Growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 3(1), 26–33. <https://doi.org/10.33050/sabda.v3i1.483>
- Pratiwi, K. (2022). E-Commerce and Economic Growth in Indonesia: Analysis of Panel Data Regression. *GEMA PUBLICA*, 7(1), 171–186, <https://doi.org/10.14710/gp.7.1.2022.171-186>
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(2), 202–208. <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/15257>
- Purnomo, A. (2025). Analisis Ekonometrika Metode Error Correction Model (ECM) Peran Konsumsi Rumah Tangga, Pengeluaran Pemerintah, Investasi, dan Ekspor Netto Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Sagita Academia Journal*, 3(1), 24–37. <https://doi.org/10.61579/sagita.v3i1.330>
- Putri, R., & Fasa, M. (2025). Transformasi Digital: Dampak E-Commerce terhadap Perkembangan E-Business di Indonesia. *Journal of Social Science and Multidisciplinary Analysis*, 2(2). <https://doi.org/10.59827/jossama.v2i2.51>
- Ragilita, R., Imsar, & Rahmani, A. B. (2025). Pengaruh Inflasi, Pendapatan Perkapita, Investasi Syariah terhadap Tingkat Konsumsi Rumah Tangga. *Jurnal Ekonomi*, 30(2), 291–313. <https://doi.org/10.24912/je.v30i2.3253>
- Rahmadani, A. N., Aziz, A. Z., Indriani, D., Fairuz, J., Sabina, Z., Nasution, D. P. (2024). Analisis E-Commerce sebagai Ekonomi Digital dalam Mendorong Pertumbuhan Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(1), 27–33. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.806>
- Rahmah, K., Siadari, U., & Elza, N. I. (2025). Modul Ajar: Ekonomi Makro Jilid 1. *Universitas Jambi*.

- Rijali, N. F. (2025). Analisis Perilaku Konsumen di Era Digital dan Implikasinya terhadap Daya Beli Masyarakat. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(3), 1381–1391. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2167>
- Rohman, F., Lailatul F., Ardiyanto, S., Narendra, B. E., & Sarpini, E. S. (2024). Analisis Permintaan Agregat dan Penawaran Agregat. *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, 1(4), 282–290. <https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3363>
- Salim, D. R., Safitri, H., Nuriyansyah, F., & Hakam, L. I. (2025). Pattern Transformation Indonesian Consumption Patterns in the Digital Age: Implications for Sustainability Economy in the Perspective of SDGs 12. *Jurnal Ekonomis*, 18(1). <https://jurnal.unai.edu/index.php/jeko/article/view/3955>
- Sari, S., Saphira, M., & Sibarani, T. (2024). Legal Aspects of Consumer Protection in E-Commerce Transactions: Implementation and Urgency of Regulations in the Digitalization Era. *JUSTICES: Journal of Law*, 3(2), 86–110. <https://doi.org/10.58355/justices.v3i2.105>
- Sari, V. K., & Nasution, M. I. P. (2024). Dampak E-commerce Terhadap Perkembangan Digital. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 18-24. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jaem/article/view/3113>
- Sartika, I., Debatara, N. N., & Imro'ah, N. (2020). Analisis Regresi dengan Metode Least Absolute Shrinkage and Selection Operator (LASSO) dalam Mengatasi Multikolinearitas. *BIMASTER : Buletin Ilmiah Matematika, Statistika dan Terapannya*, 9(1), 31–38. <https://doi.org/10.26418/bbimst.v9i1.38029>
- Setyaningrum, N. T., & Rusmana, O. (2025). Fenomena Anomali Pasar dan Perilaku Investor dalam Aktivitas Perdagangan Saham di Indonesia. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(3), 896–907. <https://doi.org/10.47065/jbe.v6i3.8211>
- Setyaningsih, Y. A., Yoto, & Nurhadi, D. (2025). Keefektifan Puzzle Accounting Game dalam Meningkatkan Higher Order Thinking Siswa SMK pada Mata Pelajaran Akuntansi. *Jurnal Kependidikan*, 14(4). <https://jurnaldidaktika.org/contents/article/download/3181/1369/>
- Sifa, A., Masruroh, I., Zulfa, M. A., Fitriani, S. N., & Aprianto, N. E. K. (2024). Transformasi Digital E-Commerce Dalam Menguasai Konsentrasi Pasar di Indonesia. *Jurnal*

- Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 405–413. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3239>
- Sigalingging, A. M. B., Sasmita, P. K. A., Tamba, R. R., Rizkya, S. M., & Pane, S. G. (2024). Analisis Permintaan Agregat dan Penawaran Agregat: Perspektif Teori dan Empiris. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 529–535. <https://doi.org/10.47233/jebbs.v4i4.1890>
- Silviawati, S., Wibawa, E. S., Wardani, N. A., Wahyuning, S., & Noviana, I. (2025). Peran E-Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (JRIME)*, 3(4), 159–175. <https://doi.org/10.54066/jrime.v3i4.3551>
- Situmorang, V. M. E., & Prima, S. R. (2025c). The Impact Of E-Commerce on Gross Regional Domestic Product in Indonesia in 2013-2024. *Economous Journal of Regional Economic Development*, 1(1). <https://doi.org/10.33830/economous.v1i1.11429>
- Subekti, Y., & Yasin, M. (2023). Analisis PDRB Kota Surabaya Tahun 2020-2023 sebagai Cerminan Pertumbuhan Ekonomi di Kota Surabaya. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(2), 124–130. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1060>
- Sugiarto, S., & Wibowo, W. (2020). Determinants of Regional Household Final Consumption Expenditure in Indonesia. *JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan*, 13(2), 332–344. <https://doi.org/10.15294/jejak.v13i2.25736>
- Supriaman, S., & Mubaraq, A. (2024). Studi Analisis Tingkat Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Kalimantan Barat: Implikasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Regional. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 34. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v11i1.46669>
- Tajudin, T. (2023). Pengaruh Belanja Daerah, PMA dan PMDN terhadap Produk Domestik Regional Bruto Provinsi di Sulawesi. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 20(01), 20–28. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i01.7091>
- Tunggara, B., & Chang, N. (2025). Digitalisasi sebagai Jalan Menuju Keadilan Ekonomi: Analisis Pengaruh terhadap Indeks Gini. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, 7(1). <https://doi.org/10.37715/mapi.v7i1.6055>

- Ula, T., & Fayyadh, D. (2023). Analisis Pengaruh Jumlah Tenaga Kerja, Besarnya Net Ekspor, dan Besarnya Konsumsi Terhadap PDRB: Studi Provinsi Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Terpadu (Jimetera)*, 3(1), 27-32. <https://doi.org/10.35308/jimetera.v3i1.6576>.
- Widjaja, G. (2025). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal di Era Digital. <https://adisampublisher.org/index.php/nasional/article/view/538/1047>
- Widjaya, M. A., & Fasa, M. I. (2025). Analisis Peran E-Commerce dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital di Indonesia. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi (EKONOM)*, 1(2), 96–102. <https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i2.60>
- Wirdiyanti, R., Yusciantoro, I., Sugiarto, A., Harjanti, A., Mambea, I., Soekarno, S., & Damayanti, S. (2022). How Does E-Commerce Adoption Impact Micro, Small, and Medium Enterprises' Performance and Financial Inclusion? Evidence from Indonesia. *Electronic Commerce Research*, 23(4), 2485–2515. <https://doi.org/10.1007/s10660-022-09547-7>