

Pengaruh Transaksi E-Commerce terhadap Jumlah Uang Beredar di Indonesia

The Effect of E-Commerce Transactions on the Money Supply in Indonesia

Hayuwandini¹, Nurjanana^{2✉}

¹Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

²Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia.

✉Corresponding author: nurjanana@feb.unmul.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh transaksi E-commerce terhadap jumlah uang beredar. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif dengan menggunakan data time series terhitung dari tahun 2018-2022. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear sederhana dibantu dengan program eviews. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi E-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah uang beredar.

Abstract

This study aims to determine the influence of E-commerce transactions on the money supply. This type of research is quantitative using time series data from 2018-2022. The analysis tool in this study uses a simple linear regression method assisted by the eviews program. The results of the study show that E-commerce transactions have a positive and significant effect on the amount of money in circulation.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Hayuwandini, Nurjanana.

Article history

Received 2024-11-16

Accepted 2025-02-05

Published 2025-02-25

Kata kunci

Transaksi E-commerce;
Jumlah Uang Beredar.

Keywords

E-commerce
Transactions;
Money Supply.

1. Pendahuluan

Perekonomian sangat penting bagi kesejahteraan suatu negara oleh karenanya, penting untuk memahami alat yang vital dalam perekonomian untuk tujuan tersebut yaitu uang. Indonesia adalah salah satu negara berkembang yang sering mengalami ketidakstabilan perekonomian. Oleh karena itu, perekonomian menjadi suatu hal yang sangat memprihatinkan karena perekonomian merupakan tolak ukur kemakmuran suatu negara, jika aktivitas ekonomi di suatu negara sehat maka perputaran uang juga akan semakin cepat (Roy et al., 2021).

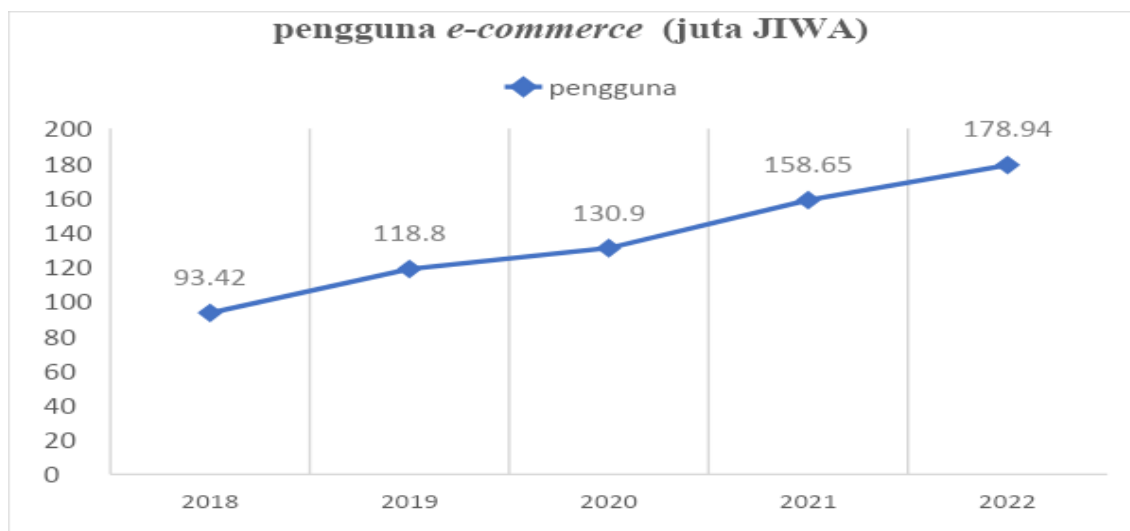
Jumlah uang beredar merupakan unsur yang cukup signifikan terhadap suatu perekonomian dan salah satu unsur yang berhubungan erat dengan tingkat inflasi. Jika jumlah uang yang beredar secara terus menerus meningkat atau berlebihan, maka akan mendorong kenaikan harga terjadi melebihi tingkat yang diperkirakan. Sehingga dalam jangka Panjang pertumbuhan ekonomi akan terganggu. Begitupun sebaliknya, peningkatan jumlah uang yang beredar sangat rendah secara terus menerus dapat menyebabkan kelesuan ekonomi. Apabila ini berlangsung terus menerus, kemakmuran Masyarakat akan mengalami penurunan secara keseluruhan.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik, jumlah uang beredar selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya yaitu pada tahun 2018-2022. Salah satu yang mempengaruhi jumlah uang yang beredar yaitu interaksi dari masyarakat. Dengan dukungan perkembangan teknologi saat ini dapat merubah gaya hidup masyarakat, yang awalnya pola pikir masyarakat masih tradisional tentunya akan berubah secara perlahan seiring dengan perkembangan teknologi informasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi juga mempengaruhi penggunaan internet sehingga terus mengalami peningkatan, berdasarkan pendataan Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2022-2023, 78,19% atau menembus 215.626.156 orang di Indonesia telah mengakses internet. Sehingga dapat memberikan solusi cepat untuk melakukan transaksi internasional maupun nasional dengan memperkenalkan *E-commerce* yang secara formal dikenal sebagai produksi, distribusi, pemasaran maupun pengiriman barang dan jasa melalui sarana elektronik (Parishev et al., 2020)

Sistem bisnis baru yang beralih dari bisnis tradisional ke bisnis konvensional dikenal sebagai *e-commerce*. Dengan adanya media internet, transaksi yang terjadi dapat menjadi lebih mudah, menghemat waktu serta dapat mengurangi biaya operasional. Tidak hanya menguntungkan bagi para pelaku tetapi juga bagi perekonomian Indonesia dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat (Aula, 2019).

Menurut data dari Statista jumlah pengguna *E-commerce* terus mengalami peningkatan dari tahun 2018-2022. Jumlah pengguna pasar online atau *E-commerce* Indonesia meningkat sebesar 12% dari tahun sebelumnya yang mencapai 178,94 juta orang pada 2022 dibanding pada tahun sebelumnya yang sebanyak 158,65 juta pengguna, berdasarkan data statista Market Insights.



Gambar 1. Grafik jumlah pengguna *E-commerce* di Indonesia

E-commerce memiliki dampak positif dan negatif dalam suatu perekonomian. Pada satu sisi memudahkan bisnis untuk menjangkau lebih luas dengan biaya lebih rendah tetapi dapat berdampak pada peningkatan permintaan yang tidak berdasarkan pada kebutuhan (Mruma et al., 2020). Selain itu, resiko seperti peretasan, pencurian data pribadi serta penyalahgunaan informasi yang menjadi tantangan utama dalam *e-commerce*. Peningkatan permintaan tersebut seringkali diiringi dengan peningkatan volume transaksi ekonomi, yang pada akhirnya membutuhkan lebih banyak uang untuk beredar guna mendukung jalannya aktivitas tersebut, sehingga semuanya berkontribusi pada sirkulasi uang dalam perekonomian.

Adanya fenomena kenaikan jumlah uang beredar dan pengguna *E-commerce* setiap tahunnya penting untuk diteliti karena seiring dengan berjalannya waktu teknologi informasi akan terus berkembang dilihat dari segi jangkauan juga kecepatan dalam koneksi internet. Oleh sebab itu pentingnya untuk mengetahui bagaimana pengaruh transaksi *E-commerce* terhadap jumlah uang beredar di Indonesia.

1.1. Uang

Uang merupakan sesuatu (benda) yang biasanya diterima seseorang secara umum sebagai alat tukar dalam pertukaran barang dan jasa. Setiap barang yang diterima seseorang sebagai bagian dari sebuah transaksi barang dan jasa adalah alat tukar yang dimaksud. Dalam definisi tersebut terdapat dua komponen penting yang harus diperhatikan, meliputi sesuatu dan diterima secara umum. Dengan demikian uang dapat dipahami bahwa uang mempunyai peran yang sangat penting dalam memudahkan transaksi perekonomian (Natsir, 2014).

1.2. Jumlah Uang Beredar

Nilai total atau keseluruhan uang yang dimiliki Masyarakat disebut sebagai jumlah uang beredar. Dalam suatu kehidupan bermasyarakat, jumlah uang yang beredar melalui kebijakan moneter ditentukan oleh Bank Sentral dalam menambah maupun mengurangi uang beredar. Perilaku rumah tangga (yang memegang uang) dan Bank (yang menyimpan uang) juga mempengaruhi jumlah uang yang beredar (Hasoloan, 2014).

Di Indonesia saat ini, hanya terdapat dua jenis uang yang beredar dan merupakan kewajiban yang harus dibayar sistem moneter kepada sektor swasta domestik yaitu M1 dan M2. M1 yaitu simbol yang beri pada uang beredar dalam arti sempit, yaitu yang terdiri pada uang kartal (C) serta uang giral (D) dan didefinisikan sebagai kewajiban sistem moneter terhadap sektor swasta. Sedangkan M2 yaitu simbol yang diberi pada Uang beredar dalam arti luas atau disebut sebagai likuiditas, yaitu yang terdiri dari uang kartal (C), uang giral (D) dan uang kuasi (T). Dengan kata lain M2 yaitu M1 yang ditambah dengan uang kuasi (T) dan didefinisikan sebagai kewajiban sistem moneter terhadap sektor swasta domestik (Solikin & Suseno, 2002).

1.3. Ekonomi Digital

Tapscott pertama kali mendefinisikan “Ekonomi Digital” sebagai fenomena sosial yang mempengaruhi sistem ekonomi serta memiliki ciri-ciri ruang intelijen seperti informasi, berbagai akses ke alat informasi, kapasitas untuk mengolah informasi serta pengolahan informasi. Semakin banyak bisnis atau transaksi yang menggunakan media digital yang digunakan untuk berkomunikasi, bekerjasama dan melakukan kegiatan ekonomi antar individu serta Perusahaan menunjukkan keberadaan ekonomi digital seperti E-business dan *E-commerce* (Nasution et al., 2019)

1.4. E-commerce

Menurut Kotler, proses penjualan juga pembelian dengan dukungan media elektronik utamanya internet, disebut sebagai *E-commerce*. Sebaliknya *E-commerce* merupakan suatu proses membeli, menjual, mentransfer atau pertukaran barang, maupun layanan dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet (Yulianto et al., 2015). Electronic commerce didefinisikan sebagai *E-commerce* yang merupakan kumpulan bisnis, teknologi, dan aplikasi yang memungkinkan bisnis maupun individu dalam melakukan transaksi elektronik, pertukaran barang, dan pertukaran informasi melalui internet, tv, www serta jaringan komputer lainnya. Dalam kegiatan perdagangan

elektronik juga mencakup pada aplikasi bisnis elektronik (e-business) dan aplikasi yang berkaitan dengan transaksi komersial, seperti: transfer dana secara elektronik, pertukaran data elektronik, SCM (supply chain management), pemasaran online (online marketing), atau e-pemasaran (e-marketing) serta pemrosesan transaksi secara online (online transaction processing) (Prashandyawan et al., 2019).

2. Metode

Pada penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan jenis data sekunder yang berbentuk data time series. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dari berbagai sumber yang tersedia. Sumber-sumber tersebut dapat berupa catatan, bukti, website resmi, jurnal, buku, artikel yang dikumpulkan dalam arsip, laporan sejarah, dan lain-lain. Data dikumpulkan bersumber dari web Databoks untuk mendapatkan nilai transaksi *e-commerce* dan untuk mendapatkan jumlah uang beredar di Indonesia bersumber dari Badan Pusat Statistik dari tahun 2018-2022.

Peneliti menggunakan alat analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini. Analisis regresi sederhana adalah jenis analisis yang digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen, untuk menentukan seberapa besar pengaruh (positif atau negatif) serta memprediksi nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.

Dalam regresi linear sederhana terdapat beberapa uji asumsi yang harus terpenuhi, yaitu tidak adanya autokorelasi, residual terdistribusi dengan normal, tidak adanya heteroskedastisitas serta uji sederhana tidak menggunakan multikolinearitas karena hanya menggunakan satu variabel independen (Priyatno, 2018).

2.1. Uji Regresi Sederhana

Model regresi linear sederhana merupakan suatu metode statistik yang mengetahui hubungan dari dua variabel yaitu variabel yang lain dianggap dapat mempengaruhi variabel lainnya. Adapun variabel yang mempengaruhi disebut sebagai variabel independen (bebas) sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut sebagai variabel dependen (terikat). Menurut Sugiyono, model probabilistik untuk regresi linear sederhana yaitu:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Jumlah Uang Beredar

a = Intercept

b = Koefisien Regresi

X = Transaksi *E-commerce*

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Penelitian

3.1.1. Uji Normalitas

Salah satu cara yang digunakan dengan cara sederhana untuk mengetahui apakah hasil Keputusan terdistribusi normal atau tidaknya residual yaitu membandingkan nilai probabilitas Jarque-Bera dengan Tingkat (alpha). Nilai probabilitas jarque-Bera yaitu sebesar 0.191325 (>0.05) yang artinya bahwa residual tersebut terdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Jarque-Bera	Probability	Kesimpulan
3.307564	0.191325	Terdistribusi normal

3.1.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu varian variabel gangguan yang sama. Dalam uji heteroskedastisitas menggunakan metode yaitu uji Glejser yang merupakan uji yang mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas serta umum untuk digunakan (Yudiatmaja, 2013).

Tabel 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Probability	Kesimpulan
Prob. Chi-Square(1)	0.2619	Bebas Heteroskedastisitas

3.1.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan antara variabel gangguan atau masalah dengan variabel gangguan atau masalah lainnya. Selain itu metode lain untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi yaitu dengan uji Run Test yang digunakan untuk melihat apakah pada data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis) dengan syaratnya nilai tersebut jauh lebih besar dari taraf 5% atau 0.05 maka tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi

	Hasil	Kesimpulan
Dw berada diantara -2 sampai +2	0.407248	Bebas Autokorelasi
Run Test	2,77	Bebas Autokorelasi

3.1.4. Uji Regresi Linear Sederhana

Dalam menganalisis persamaan regresi linear sederhana, terlebih dahulu diuji dalam program menggunakan *evIEWS*. Adapun hasil dari nilai analisis regresi linear sederhana dengan variabel independen yaitu:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob.
C	4689184.	83.25744	0.0000
X	6639.486	37.71874	0.0000
R-squared	0.960829		

Berdasarkan tabel yang telah diuraikan diatas, dapat dilihat nilai persamaan regresi linear sederhana yaitu: $Y = 4.689.184 + 6.639.486X$

3.1.5. Uji Koefisien Korelasi r

Uji korelasi r digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antar variabel. Hasil yang didapatkan setelah diuji menggunakan *evIEWS* bahwa adanya hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y. Adapun nilai korelasi yang didapatkan bernilai positif sebesar 0,980 yang berarti hubungan kedua variabel searah dengan tingkat keeratan hubungan yang sangat kuat.

3.1.6. Uji Signifikansi Individual (t)

Diketahui nilai Prob t-statistic variabel X sebesar 0,0000 ($<0,05$) dengan nilai t-statistic sebesar 37,71874 yang berarti bahwa Variabel Independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y) secara signifikan.

3.1.7. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Diketahui nilai R square sebesar 0,960829 atau 96,0829%. Nilai adjusted R² 96,0154% menunjukkan bahwa variabel terikat yaitu jumlah uang beredar positif dan signifikan dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu transaksi *E-commerce*. Sedangkan sisanya yaitu 4% dipengaruhi variabel lain diluar dari penelitian ini.

3.2. Pembahasan

Transaksi *E-commerce* yang merupakan proses pertukaran menggunakan media elektronik terutama internet dapat memberikan kemudahan bagi pebisnis, konsumen dan Masyarakat secara umum sehingga semakin diminati di Indonesia.

Penelitian ini menemukan hasil tingkat korelasi sebesar 0,98 antara transaksi *E-commerce* terhadap jumlah uang beredar yang berarti sangat kuat. Dalam konteks ekonomi modern, *E-commerce* telah menjadi pilar utama dalam aktivitas perdagangan yang mana perubahan pola konsumsi dari awalnya transaksi konvensional ke transaksi online yang tidak hanya mempengaruhi cara konsumen berbelanja melainkan juga mengubah dinamika sirkulasi uang dalam perekonomian.

Beberapa tahun terakhir pertumbuhan *E-commerce* telah didorong oleh peningkatan akses internet, penggunaan smartphone dan perkembangan teknologi pembayaran digital. Adapun platform *E-commerce* besar di Indonesia yaitu Shopee, Tokopedia dan Bukalapak. Melihat data dari Momentum Works, shopee menjadi marketplace dengan nilai transaksi tertinggi yang ada di Indonesia pada tahun 2022 dengan kontribusi sebesar 36% atau sekitar Rp 278,5 triliun dari total Gross Merchandise Value (GMV) sebesar US\$51,9 atau sekitar 773,7 triliun. GMV merupakan pendapatan marketplace dari hasil belanja total Masyarakat Indonesia.

Transaksi *E-commerce* mencakup berbagai jenis transaksi berbagai sektor seperti fashion, elektronik, makanan dan minuman, serta layanan digital lainnya. Menurut badan pusat statistik, pada tahun 2022 sebanyak 43,02 % dari seluruh platform *E-commerce* menjual barang/jasa yang termasuk dalam kelompok makanan, minuman dan bahan makanan.

E-commerce yang memfasilitasi transaksi lebih cepat dan sering kali dalam skala yang lebih besar dapat berkontribusi terhadap peningkatan jumlah uang yang beredar di Masyarakat melalui peningkatan transaksi digital, dengan kemudahan dalam melakukan transaksi akan meningkatkan perubahan tingkat konsumsi yang tidak lagi berdasarkan pada kebutuhan melainkan keinginan. Sehingga konsumen yang melakukan pembayaran atau transaksi melalui e-commerce, uang tersebut akan beredar dari konsumen ke penjual dan kemudian ke pemasok atau layanan lainnya yang semuanya mempengaruhi jumlah uang beredar. Hal ini tercermin dari tingkat korelasi dan pengaruh signifikansi yang ditemukan dalam penelitian ini.

Sehingga hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa semakin tinggi atau naiknya nilai transaksi *E-commerce* maka jumlah uang beredar di Indonesia juga meningkat. Hal ini sejalan dengan teori Irving Fisher dalam persamaannya yaitu perilaku Masyarakat dalam bertransaksi menggunakan uang yang mempengaruhi kecepatan peredaran uang. Konsep kecepatan peredaran uang mencerminkan seberapa sering uang tersebut digunakan dalam proses transaksi. Dalam konteks *E-commerce* peningkatan dalam transaksi *E-commerce* meningkatkan jumlah transaksi, yang pada gilirannya meningkatkan permintaan untuk uang dan kecepatan peredaran uang. Hal tersebut menunjukkan peningkatan transaksi *E-commerce* akan meningkatkan jumlah uang beredar dalam perekonomian.

Secara teoritis, dalam pengendalian uang beredar yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam kebijakan ekonomi makro, otoritas moneter memiliki kemampuan untuk meningkatkan maupun mengurangi jumlah uang beredar yang digunakan untuk kegiatan ekonomi sehingga perkembangannya mampu mendorong perekonomian agar pertumbuhannya dapat mencapai tujuan akhir yang ditetapkan yaitu terciptanya kestabilan harga, inflasi rendah dan pertumbuhan ekonomi yang tinggi (Solikin & Suseno, 2002).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahmayuni, 2019) yaitu menyatakan bahwa tingkat peredaran uang sangat berpengaruh terhadap tingkat inflasi dengan hasil penelitian E-money dan *E-commerce* berpengaruh terhadap Tingkat inflasi sehingga butuh

aturan yang harus diterapkan sehingga perputaran uang tidak terlalu cepat. Selain itu penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Ni Made Yulia Dewati Ayu & Jakaria, 2023) yaitu adanya pengaruh positif *E-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi yang dipresentasikan melalui nilai transaksi *E-commerce* dan jumlah pengguna internet untuk menilai pertumbuhan ekonomi, dimana teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang di era digitalisasi yang menimbulkan adanya kebiasaan baru Masyarakat dalam bertransaksi khususnya pada *e-commerce*.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan, sehingga didapatkan kesimpulan yaitu variabel independen berupa transaksi *E-commerce* yang dipresentasikan melalui nilai transaksi *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu jumlah uang beredar di Indonesia pada rentan waktu 2018-2022, bahwa meningkatnya nilai transaksi *E-commerce* maka jumlah uang beredar juga akan meningkat. Serta variabel independen memiliki korelasi yang signifikan terhadap variabel dependen bahwa arah hubungan kedua variabel searah, dengan tingkat keeratan hubungan sangat kuat.

Daftar Pustaka

- Aula, N. K. (2019). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PRODUK DOMESTIK BRUTO INDONESIA* Nur. Boediono. (1985). *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No 5. Ekonomi moneter Edisi 3*.
- Hasoloan, J. (2014). *Ekonomi Moneter*. Deepublish.
- Mruma, F. V., Ngussa, G., & Parveen, S. (2020). *The Impact of E-Commerce on Supply Chain Costs*. 22(4), 9–21. <https://doi.org/10.9790/487X-2204020921>
- Nasution, D. S., Ec, M., Aminy, M. M., & Ramadani, L. A. (2019). *Nasution, Dewi Sartika Aminy, Muhammad Muhajir Ramadani, Lalu Ahmad*.
- Natsir. (2014). *Ekonomi Moneter dan Kebanksentralan*. Mitra Wacana Media.
- Ni Made Yulia Dewati Ayu, N. M. Y. D. A., & Jakaria. (2023). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2891–2900. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17499>
- Parishev, A., Hristovski, G., Jolakoski, P., & Stojkoski, V. (2020). *E-Commerce Impact on Economic Growth*. January 2021, 188–198. <https://doi.org/10.47063/ebtsf.2020.0017>
- Prashandyawan, B. Y., Hetami, A. A., & Arsyad, A. W. (2019). *PENGARUH E-COMMERCE TOKOPEDIA.COM TERHADAP MINAT BELI PAKAIAN SECARA ONLINE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MULAWARMAN*. 7(4), 267–279.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*.
- Rahmayuni, S. (2019). Pengaruh E-Money Dan E-Commerce Terhadap Tingkat Inflasi. *Sebatik*, 23(1), 148–152. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v23i1.460>
- Roy, J., Rochaida, E., Suharto, R. B., & Rizkiawan, R. (2021). Digital and electronic transactions against velocity of money. *Corporate Governance and Organizational Behavior Review*, 5(2 Special Issue), 145–155. <https://doi.org/10.22495/cgobrv5i2sip3>
- Solikin, & Suseno. (2002). UANG (Pengertian, Penciptaan, dan Peranannya dalam Perekonomian). In *Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan* (Vol. 1, Issue 1).
- Yudiaatmaja, D. (2013). *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Gramedia Pustaka Utama.
- Yuliadi, & Basuki, A. T. (2019). *Teori Ekonomi Moneter dan Temuan Empiris*. Gosyen Publishing.
- Yulianto, Y., Alfiah, F., Harahap, E. P., Pahad, B. A., Andriyanto, A., Azhari, I. A., & Saputra, R. S. (2015). Analisa Peranan Teknologi Internet Sebagai Media Transaksi E-Commerce Dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi. *Semnasteknomedia Online*, 3(1), 4-1–25. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/827>