



KURIKULUM
MERDEKA

Lembar Kerja Peserta Didik

LKPD

E-Commerce dan Pasar
Inovasi Digital dalam
Kegiatan Ekonomi



Nama:.....

Kelas :.....

Ekonomi SMA Kelas XII
2024/2025

Disusun Oleh:
Nasywa Salsabilah | Putri Ayu Sagala
Rosa Amelia | Yunita Lestari

LIVEWORKSHEETS

E-COMMERCE DAN PASAR

INOVASI DIGITAL DALAM KEGIATAN EKONOMI



(Source: canvaphotos)

Identitas LKPD

Sekolah	SMAN 1
Kelas/Fase	XII/F
Mapel	Ekonomi
Materi	Pasar

Profil Pancasila

- Bertakwa
- Berpikir Kritis
- Mandiri
- Kreatif

Tujuan Pembelajaran

1. Menganalisis peran e-commerce dalam mengubah sistem distribusi serta pola interaksi antara produsen, pedagang, dan konsumen.
2. Mengevaluasi dampak digitalisasi pasar terhadap pelaku ekonomi lokal ditinjau dari aspek sosial, ekonomi, dan teknologi.
3. Merancang strategi pemasaran produk lokal berbasis e-commerce dengan memperhatikan perkembangan teknologi, nilai sosial, dan etika digital.
4. Menciptakan media promosi digital yang kreatif dalam bentuk visual, kampanye online, atau simulasi marketplace sesuai karakteristik pasar digital saat ini.

E-COMMERCE DAN PASAR INOVASI DIGITAL DALAM KEGIATAN EKONOMI



(Source: canvaphotos)



Capaian Pembelajaran

Peserta didik mampu:

1. Menganalisis perubahan distribusi dan interaksi pelaku ekonomi akibat e-commerce.
2. Mengevaluasi dampak digitalisasi terhadap sosial, ekonomi, dan teknologi di tingkat lokal.
3. Merancang strategi pemasaran produk lokal berbasis e-commerce secara adaptif dan etis.
4. Menciptakan media promosi digital inovatif sesuai karakteristik pasar digital.



Petunjuk Penggunaan LKPD

1. Tujuan dan Kompetensi Dasar: Pahami tujuan pembelajaran dan kompetensi dasar sebagai acuan kegiatan belajar.
2. Materi: Pelajari materi secara menyeluruh dan perkuat pemahaman melalui tautan video pembelajaran.
3. Soal Latihan: Kerjakan semua soal latihan setelah mempelajari materi. Diskusikan dengan teman atau guru jika mengalami kesulitan.
4. Refleksi: Tinjau kembali materi dan periksa jawaban untuk mengevaluasi pemahaman.





1. PERAN E-COMMERCE DALAM MENGUBAH SISTEM DISTRIBUSI DAN INTERAKSI PELAKU EKONOMI



APA ITU E-COMMERCE?

E-Commerce adalah semua jenis transaksi bisnis yang dilakukan lewat internet. Ini bisa melalui website, aplikasi di handphone, atau browser yang ada di perangkat mobile.



(Source: canvaphotos)

POLA INTERAKSI BARU

- Produsen Konsumen: Komunikasi langsung via ulasan dan chat.
- Pedagang Konsumen: Promosi lewat media sosial dan marketplace.
- Konsumen Konsumen (C2C): Transaksi antar individu di platform seperti OLX.
- Produsen Pedagang (B2B): Pemesanan grosir lebih mudah melalui platform seperti Ralali.



PERUBAHAN SISTEM DISTRIBUSI

1. **Langsung ke Konsumen (D2C):** Produsen jual tanpa perantara, contoh: Dell, Xiaomi.
2. **Marketplace Digital:** Tempat transaksi antara penjual dan pembeli, seperti Tokopedia, Shopee.
3. **Efisiensi Logistik:** Gudang otomatis dan jasa kirim (misal: J&T) mempercepat pengiriman.

TANTANGAN



- Keamanan data dan transaksi
- Persaingan harga tinggi
- Tergantung koneksi internet



(Source: canvaphotos)

APA DAMPAK POSITIF E-COMMERCE?

- Pasar lebih luas tanpa toko fisik
- Konsumen mudah membandingkan produk
- Muncul layanan inovatif seperti Gojek, Grab, Traveloka



Untuk meningkatkan pemahaman peserta didik silahkan kunjungi www.liveworksheets.com

 **LIVEWORKSHEETS**



Nama :

No. Absen :



Menganalisis peran e-commerce dalam mengubah sistem distribusi serta pola interaksi antara produsen, pedagang, dan konsumen.



Petunjuk Pengerjaan:

1. Bacalah setiap soal dengan saksama.
2. Pilihlah satu jawaban yang paling benar dengan mengklik pada huruf A, B, C, D, atau E.
3. Kerjakan dengan jujur dan teliti.

✓ Rubrik Skor

- Bobot 1 soal = 25 point
- 100= Verry Good
- 75= Good
- 50= Nice
- 25= Poor



SOAL -1

Data terbaru menunjukkan bahwa e-commerce di Indonesia tumbuh pesat dengan nilai transaksi meningkat setiap tahun. Platform e-commerce memudahkan UKM menjangkau pelanggan di seluruh negeri. Bagaimana e-commerce dapat menjadi peluang bagi UKM di Indonesia?

- A. Menyebabkan penurunan omzet secara drastis
- B. Mendorong pertumbuhan dengan akses pasar yang lebih luas
- C. Membatasi inovasi produk lokal
- D. Mengurangi kebutuhan tenaga kerja
- E. Meningkatkan kompleksitas operasional bisnis



SOAL -2

Salah satu keunggulan utama e-commerce adalah kemampuan untuk membandingkan harga dan ulasan produk dari berbagai penjual secara cepat dan efisien. Bagaimana e-commerce merubah kebiasaan belanja konsumen dan dampak apa yang paling signifikan dari perubahan ini?

- A. Konsumen lebih sering pergi ke toko fisik untuk mencari barang
- B. Konsumen merasa kesulitan dalam mengakses informasi produk
- C. Konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga dan ulasan produk dari berbagai penjual
- D. Konsumen harus menghabiskan lebih banyak waktu untuk berbelanja
- E. Konsumen kehilangan pilihan dalam membeli produk

Nama :

No. Absen :



Menganalisis peran e-commerce dalam mengubah sistem distribusi serta pola interaksi antara produsen, pedagang, dan konsumen.



Petunjuk Pengerjaan:

1. Bacalah setiap soal dengan saksama.
2. Pilihlah satu jawaban yang paling benar dengan mengklik pada huruf A, B, C, D, atau E.
3. Kerjakan dengan jujur dan teliti.

✓ Rubrik Skor

- Bobot 1 soal = 25 point
- 100 = Verry Good
- 75 = Good
- 50 = Nice
- 25 = Poor



SOAL -3

Di era digital, e-commerce menjadi strategi perluasan pasar. Apa yang paling tepat menggambarkan konsep e-commerce?

- A. Transaksi di toko fisik dengan perangkat digital
- B. Jual beli secara langsung tatap muka
- C. Perdagangan berbasis internet
- D. Penjualan lewat distributor lokal
- E. Promosi produk di media sosial tanpa transaksi



SOAL -4

Model Direct-to-Consumer (D2C) telah menjadi strategi yang semakin penting dalam era e-commerce modern. Berikut ini yang merupakan penyebab pentingnya model D2C adalah

- A. Karena memungkinkan konsumen untuk menjadi distributor
- B. Karena memungkinkan produsen menjual langsung ke konsumen tanpa Perantara
- C. Karena marketplace tidak lagi diperlukan
- D. Karena konsumen bisa membuka pabrik sendiri
- E. Karena meningkatkan kualitas produk



2. MENGEVALUASI DAMPAK DIGITALISASI PASAR TERHADAP PELAKU EKONOMI LOKAL DITINJAU DARI ASPEK SOSIAL, EKONOMI, DAN TEKNOLOGI

Tahukah kalian bahwa kemajuan teknologi dan e-commerce berdampak besar pada pelaku ekonomi? Baca materi ini untuk mengetahuinya lebih lanjut.



(Source: canvaphotos)

DIGITALISASI PASAR

Digitalisasi pasar adalah penggunaan teknologi (internet, aplikasi, e-wallet) dalam jual beli. Ini mengubah cara pelaku ekonomi lokal berjualan dan berinteraksi dengan konsumen.

DAMPAK DIGITALISASI

1. Aspek Sosial

Positif:

- UMKM makin melek digital lewat pelatihan online.
- Terbentuk komunitas usaha digital.

Negatif:

- Tidak semua punya akses teknologi, apalagi di desa.
- Interaksi langsung berkurang



2. Aspek Ekonomi

Positif:

- Produk lokal bisa dijual ke pasar nasional/global.
- Hemat biaya karena bisa jualan online tanpa toko.
- Pendapatan meningkat bagi yang adaptif.

Negatif:

- Persaingan dengan produk luar makin berat.
- Bergantung pada platform seperti Tokopedia/Shopee

3. Aspek Teknologi

Positif:

- Dorongan untuk inovasi dan promosi kreatif
- Pembayaran non-tunai makin umum dan praktis.

Negatif:

- Banyak pelaku usaha belum paham teknologi digital.
- Risiko penipuan, peretasan, dan kebocoran data.



(Source: canvaphotos)

Nama :

No. Absen :

MENGEVALUASI DAMPAK DIGITALISASI PASAR TERHADAP PELAKU EKONOMI LOKAL DITINJAU DARI ASPEK SOSIAL, EKONOMI, DAN TEKNOLOGI

"Studi Kasus: Dampak Digitalisasi Pasar"

Instruksi & Penilaian: Seret dan letakkan kode pernyataan (A,B,C,D) yang menunjukkan sebab ke dalam kolom yang sesuai dengan dampak yang ditimbulkannya. Setiap jawaban yang benar akan mendapatkan skor 25

A

Digitalisasi pasar memberikan akses yang lebih luas melalui media sosial dan e-commerce.

B

Keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku ekonomi lokal & Daerah 3T

C

Kurangnya pemahaman tentang keamanan data & etika digital

D

Tersedianya platform digital untuk kolaborasi UMKM.

Dampak	Sebab
Peluang pasar pelaku ekonomi lokal meningkat	
Pelaku usaha kesulitan menggunakan platform digital	
Kerentanan terhadap penipuan daring meningkat	
Terbentuknya jejaring dan dukungan antar pelaku usaha	



3. MERANCANG STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOKAL BERBASIS E-COMMERCE DENGAN MEMPERHATIKAN PERKEMBANGAN TEKNOLOGI, NILAI SOSIAL, DAN ETIKA DIGITAL



(Source: canvaphotos)

Menurut kamu, bagaimanakah cara agar kita dapat merancang strategi pemasaran produk lokal melalui e-commerce? Nah, untuk mengetahui strateginya silahkan baca dan pahami materi berikut!



STRATEGI PEMASARAN PRODUK

Strategi pemasaran produk lokal lewat e-commerce memanfaatkan teknologi, menjaga nilai sosial, dan menerapkan etika digital agar usaha tumbuh secara jujur dan berkelanjutan.

MENERAPKAN ETIKA DIGITAL DALAM E-COMMERCE

- Kejujuran & Transparansi: Informasi produk sesuai kenyataan, hindari ulasan palsu.
- Privasi & Keamanan: Jaga data pelanggan.
- Tanggung Jawab: Tanggap dan profesional saat menangani komplain.

MEMPERHATIKAN NILAI SOSIAL DALAM PEMASARAN

- Angkat Kearifan Lokal: Gunakan bahan ramah lingkungan & teknik tradisional.
- Libatkan Komunitas: Ajak warga sekitar dalam produksi/distribusi.
- Tampilkan Wajah Lokal: Gunakan model lokal untuk kedekatan sosial.

STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOKAL BERBASIS E-COMMERCE

- Kenali Pasar: Pahami calon pembeli & tren di media sosial/marketplace.
- Branding & Konten: Buat logo, nama, dan konten menarik seperti foto/video berkualitas.
- Gunakan Platform Digital: Maksimalkan fitur live, flash sale, dan SEO.
- Layanan Cepat & Ramah: Tanggapi konsumen dengan cepat dan sopan.

DAMPAK DIGITALISASI

- Teknologi E-Commerce: Marketplace, media sosial, aplikasi, & pembayaran digital memperluas jangkauan dan memudahkan transaksi.
- Peluang Produk Lokal: Produk tradisional seperti kerajinan dan makanan kini bisa dijual secara online secara luas.

CASE STUDY



MENGEVALUASI DAMPAK DIGITALISASI PASAR TERHADAP PELAKU EKONOMI LOKAL DITINJAU DARI ASPEK SOSIAL, EKONOMI, DAN TEKNOLOGI

Mengevaluasi Etika Digital dalam Strategi Pemasaran



Instruksi: Bacalah dengan cermat studi kasus strategi pemasaran berikut. Evaluasilah apakah strategi tersebut etis dan berkelanjutan dalam konteks pemasaran digital.

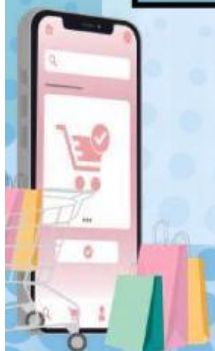
✦ Studi Kasus

Seorang pelaku UMKM bernama Raka memasarkan produk lokal berupa makanan ringan tradisional melalui platform e-commerce. Untuk menarik perhatian pembeli dan meningkatkan penjualan dengan cepat, Raka menerapkan strategi diskon besar hingga 70%. Namun, selain itu, ia juga membuat akun palsu untuk memberikan ulasan positif terhadap produknya, padahal belum ada transaksi nyata dari pelanggan. Ulasan tersebut berisi pujian berlebihan dan bintang lima untuk meningkatkan rating toko agar tampak lebih terpercaya.

✦ Pertanyaan

1. Menurut pendapatmu, apakah strategi yang dilakukan Raka dapat dikatakan etis dan berkelanjutan dalam konteks pemasaran digital berbasis e-commerce?

2. Jelaskan pendapatmu dengan menyebutkan minimal dua alasan yang mengacu pada prinsip etika digital, serta analisis singkat tentang dampak jangka panjang terhadap bisnis dan kepercayaan konsumen



Nama :

No. Absen :

CASE STUDY



MENGEVALUASI DAMPAK DIGITALISASI PASAR TERHADAP PELAKU EKONOMI LOKAL DITINJAU DARI ASPEK SOSIAL, EKONOMI, DAN TEKNOLOGI

Mengevaluasi Dampak Digitalisasi Pasar terhadap Pelaku Ekonomi Lokal

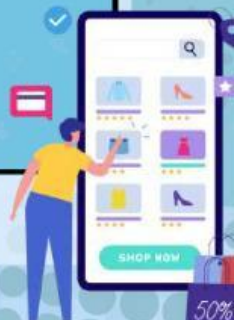
✓ Rubrik Penilaian

- Etika digital → Apakah menyebut kejujuran/transparansi?
- Alasan logis → Ada 2 alasan yang relevan?
- Dampak jangka panjang → Menjelaskan efek ke bisnis/konsumen?
- Kejelasan jawaban → Runtut dan mudah dipahami

✓ Rubrik Skor

- 100= Verry Good
- 75= Good
- 50= Nice
- 25= Poor

📌 Jawaban



4. MENCIPTAKAN MEDIA PROMOSI DIGITAL YANG KREATIF DALAM BENTUK VISUAL, KAMPANYE ONLINE, ATAU SIMULASI MARKETPLACE SESUAI KARAKTERISTIK PASAR DIGITAL SAAT INI.

Kira" bagaimanakah cara kita membuat media promosi digital kreatif dan sesuai dengan karakteristik pasar digital saat ini? Untuk mengetahuinya silahkan baca dan pahami materi berikut!

1. Pengenalan Konsep Pasar

Definisi Pasar: Pasar adalah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu untuk melakukan transaksi barang atau jasa. Pasar dapat berupa pasar fisik (tradisional) atau pasar digital (online).

Jenis Pasar

- Pasar Tradisional: Transaksi langsung di tempat fisik, terbatas oleh ruang dan waktu.
- Pasar Digital: Transaksi online tanpa batas geografis, berkembang lewat e-commerce dan platform digital.

3. Perilaku Konsumen di Pasar Digital

Belanja Online: Dipilih karena praktis dan mudah diakses.

- Ulasan & Rating: Jadi pertimbangan utama sebelum membeli.
- Pembayaran & Pengiriman: Harus cepat dan terpercaya agar konsumen puas.

Karakteristik Pasar Digital

- Global: Jangkauan luas.
- Real-time: Transaksi kapan saja.
- Personalisasi: Rekomendasi sesuai minat.

2. Strategi Promosi Digital Kreatif

- Gambar Menarik: Pakai infografis, foto produk bagus, dan desain iklan yang simpel tapi jelas.
- Promosi Online: Gunakan media sosial, kerja sama dengan influencer, dan beri diskon untuk pelanggan setia.
- Jualan di Marketplace: Pilih produk yang lagi tren, buat toko online rapi dan jelas, serta pakai kata kunci biar mudah dicari.

4. Strategi Promosi Digital dalam Pembelajaran Ekonomi

- Proyek Kampanye Digital: Siswa membuat promosi produk melalui media sosial/marketplace.
- Diskusi Kelompok: Menganalisis tren pasar digital dan dampaknya pada perilaku konsumen.

Nama :

No. Absen :

MENCIPTAKAN MEDIA PROMOSI DIGITAL YANG KREATIF DALAM BENTUK VISUAL, KAMPANYE ONLINE, ATAU SIMULASI MARKETPLACE SESUAI KARAKTERISTIK PASAR DIGITAL SAAT INI.

Analisis Visual Platform Digital



Berdasarkan platform digital diatas, jawablah pertanyaan berikut!

- Apa kelebihan masing-masing platform dalam menarik konsumen digital?
- Jika kamu menjual produk kerajinan tangan, platform mana yang akan kamu pilih? Mengapa?
- Platform mana yang lebih interaktif, dan bagaimana kamu bisa memanfaatkannya?



✓ Rubrik Penilaian Soal Analisis Gambar

Aspek yang Dinilai	Skor
Analisis kelebihan tiap platform	30
Kesesuaian platform & produk	25
Alasan logis & strategis platform	30
Pemahaman fitur interaktif & manfaatnya	15



SALE

Nama :

No. Absen :



**MENCIPTAKAN MEDIA PROMOSI DIGITAL
YANG KREATIF DALAM BENTUK VISUAL,
KAMPANYE ONLINE, ATAU SIMULASI
MARKETPLACE SESUAI KARAKTERISTIK
PASAR DIGITAL SAAT INI.**

Analisis Visual Platform Digital

 **Jawaban**





REFLEKSI PEMBELAJARAN

Nama : _____

No Absen: _____

Apakah saya memahami konsep dasar e-commerce dan fungsinya dalam kegiatan ekonomi?

Apakah saya mampu menganalisis dampak inovasi digital terhadap pelaku ekonomi?

Apakah saya mampu menganalisis dampak inovasi digital terhadap pelaku ekonomi?

Apakah saya mengerjakan LKPD dengan teliti dan sesuai petunjuk?

Apakah saya dapat mengatasi kesulitan belajar dengan mencari solusi secara mandiri?

Apakah pembelajaran ini bermanfaat untuk kehidupan dan wawasan saya ke depan?

