

Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui E-Commerce Di Desa Bojong Kalapa

Indri Ferdiani Suarna*¹

Mila Marhamah²

Indriani Siti Nurhalijah³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Nusantara, Indonesia

*e-mail: indriferdiani1707@gmail.com¹, milamarhamah01@gmail.com², indriyanisn6@gmail.com³

Abstrak

Dengan mendorong pertumbuhan UMKM melalui e-commerce, kewirausahaan juga berperan dalam meningkatkan perekonomian lokal dan memungkinkan wirausaha menjadi lebih mandiri secara finansial. Kewirausahaan mengajarkan UMKM untuk menggunakan data yang diperoleh dari platform e-commerce untuk mengambil keputusan yang lebih baik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran kewirausahaan e-commerce terhadap pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di desa Bojong Kalapa. Perilaku tersebut menjadi dasar pertanyaan wawancara yang bertujuan untuk menjelaskan peran kewirausahaan e-commerce dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Desa Bojong Kalapa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus kualitatif. Wawancara semi terstruktur dan observasi langsung terhadap subjek digunakan untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif eksplanatori, meliputi interpretasi hasil wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran kewirausahaan dan e-commerce dalam mendukung pengembangan UMKM memiliki ciri yang menonjol dalam dunia perdagangan. Peran kewirausahaan dan e-commerce sangat mempengaruhi perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah.

Kata Kunci: E-Commerce, UMKM, Kewirausahaan.

Abstract

By encouraging the growth of MSMEs through e-commerce, entrepreneurship also plays a role in improving the local economy and enabling entrepreneurs to become more financially independent. Entrepreneurship teaches MSMEs to use data obtained from e-commerce platforms to make better decisions. The aim of this research is to determine the role of e-commerce entrepreneurship in the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Bojong Kalapa village. This behavior is a basic interview question which aims to explain e-commerce entrepreneurship in the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Bojong Kalapa Village. The method used in this research is a qualitative case study method. Semi-structured interviews and direct observation of subjects were used to collect data. This research uses explanatory qualitative analysis techniques, including interpretation of interview results and observations. The research results show that the role of entrepreneurship and e-commerce in supporting the development of MSMEs has prominent characteristics in the world of trade. The role of entrepreneurship and e-commerce greatly influences the development of micro, small and medium enterprises.

Keywords: E-Commerce, MSMEs, Entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Semakin maju suatu negara, dunia startup akan semakin penting jika didukung oleh wirausahawan yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, termasuk usaha kecil, mikro, dan menengah atau UMKM. Oleh karena itu, kewirausahaan merupakan suatu potensi yang dapat dikembangkan, baik secara kuantitas maupun kualitas dari kewirausahaan itu sendiri. Dalam sebuah bisnis, termasuk UMKM, peran wirausaha akan sangat mempengaruhi kinerja bisnis. Kewirausahaan dan peranannya merupakan sumber daya yang penting dan berharga bagi suatu perusahaan, karena mengacu pada kualitas tindakan yang dilakukan oleh wirausahawan, yang berhubungan langsung dengan hasil perusahaan. Sumber daya perusahaan sangat berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan, serta dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa Bojong Kalapa memiliki potensi besar untuk memajukan ekonomi lokal, mengurangi kesenjangan ekonomi antara perkotaan dan pedesaan, serta meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Dengan UMKM dapat menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat kemandirian ekonomi Masyarakat di desa Bojong Kalapa. Jumlah UMKM di Bojong Kalapa saat ini begitu beragam, terutama melalui e-commerce. Masyarakat Bojong Kalapa mengenal baik e-commerce sebagai media bisnis untuk mengembangkan usahanya ke pasar konsumen.

E-commerce menurut Harmayani et al. (2020) adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, www, dan jaringan internet lainnya. Ecommerce juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis. Bentuk perdagangan lainnya juga dapat dilakukan dalam skala global, terutama dengan menggunakan internet. Kemajuan teknologi yang berjalan dengan baik saat ini, serta banyaknya platform e-commerce yang bermunculan, diharapkan dapat dimanfaatkan oleh para wirausaha. Berbicara mengenai manfaat, e-commerce membawa banyak manfaat bagi para pelaku bisnis, terutama bagi mereka yang memiliki sedikit atau tanpa modal untuk melakukan promosi. Didukung oleh literasi digital Indonesia, hal ini akan menjadi peluang besar bagi para wirausahawan yang ingin mengembangkan usahanya melalui e-commerce.

Seiring dengan kemajuan teknologi dalam mengelola usahanya, para wirausaha juga harus menjajaki kemungkinan-kemungkinan berwirausaha untuk mencapai perkembangan sektor perekonomian yang optimal. melalui UMKM. Meski didukung dengan fasilitas e-commerce, para wirausaha tetap membutuhkan sesuatu yang inovatif dan kreatif.

Maka rumusan masalah penelitian ini yang berdasarkan latar belakang tersebut adalah

1. Bagaimana peran kewirausahaan mendorong pertumbuhan UMKM e-commerce di Desa Bojong Kalapa?
2. Bagaimana perkembangan UMKM di Desa Bojong Kalapa?
3. Bagaimana perkembangan E-commerce di Desa Bojong Kalapa?
4. Bagaimana pengaruh E-commerce pada pelaku UMKM di Desa Bojong Kalapa?

Tujuan penelitian ini untuk menunjukkan bahwa kewirausahaan dan e-commerce dapat mempengaruhi kinerja UMKM, meningkatkan minat berwirausaha, serta meningkatkan pemasaran kewirausahaan

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, et. al, (2019:218) merupakan proses penyelidikan naturalistik yang mencari pemahaman mendalam tentang fenomena sosial secara alami. Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang dikumpulkan bukan berasal dari kuisioner melainkan berasal dari wawancara, observasi langsung dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses daripada hasil yang didapat. Hal tersebut disebabkan oleh hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas jika diamati dalam proses.

Dalam pendekatan kualitatif, data yang dikumpulkan biasanya berupa kata-kata dan gambar, bukan angka-angka, walaupun ada angka-angka yang hanya sekedar konfirmasi. Pendekatan kualitatif juga memperhitungkan keyakinan peneliti berdasarkan pengalaman penelitian dan sifat masalahnya.

Penelitian peran kewirausahaan dalam mendorong UMKM dilakukan di desa Bojong Kalapa. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini adalah: teknik wawancara, observasi dan penelitian dokumen serta penelitian dokumen dengan cara mereview buku dan jurnal. Teknik validasi data menggunakan triangulasi, yaitu teknik validasi data yang menggunakan sesuatu selain data untuk memverifikasi atau membandingkan dengan data. Teknik triangulasi dalam penelitian ini digunakan tergantung pada sumbernya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dari penelitian ini menunjukkan bahwa peran kewirausahaan dalam mendorong perkembangan UMKM e-commerce di Bojong Kalapa memberikan pengaruh yang besar terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Penelitian ini mengevaluasi peran kewirausahaan dalam etika bisnis dan bagaimana e-commerce mempengaruhi perkembangan UMKM. E-commerce dapat menjadi peluang besar bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnisnya dan memungkinkan UMKM menembus pasar global.

Seiring perkembangan teknologi, e-commerce desa menjadi Solusi dari masalah tersebut. Dengan e-commerce desa, para pelaku usaha kecil dan menengah di pedesaan dapat memasarkan produk mereka secara online dan menjangkau pelanggan yang lebih luas. Selain itu Masyarakat pun dapat membeli barang dan jasa dari desa secara mudah dan terjangkau. E-commerce desa juga dapat memperbaiki kualitas hidup Masyarakat desa, karena dengan adanya e-commerce desa, pelaku usaha kecil dan menengah di pedesaan dapat meningkatkan pendapatan mereka dan mengembangkan usahanya. Hal ini dapat membuka peluang kerja baru dan mengurangi angka pengangguran di desa.

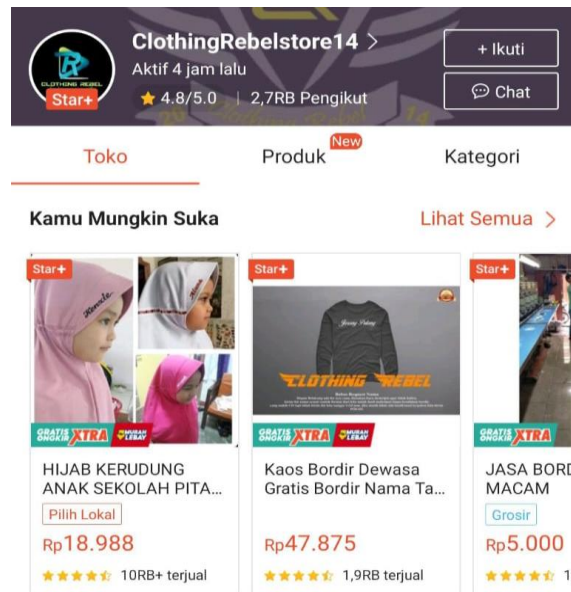


Salah satu E-commerce di Desa Bojong Kalapa telah mengimplementasikan kewirausahaan melalui usaha yang terstruktur dan inovatif. E-commerce tersebut didirikan oleh Bapak Dedi Hidayat sejak tahun 2018 dengan 10 anggota karyawan dibidang tertentu. E-commerce tersebut fokus dibidang fashion seperti kaos, topi, jilbab, hoodie, mukena, logo, dan topi rajut dari anak hingga dewasa

Tahapan kerja dari e-commerce meliputi beberapa tahapan.

- Gambar 1 E-commerce di Desa Bojong Kalapa*
- A. Menerima Order: Admin akan menganalisis pesanan yang masuk dan akan di serahkan pada bagian bodril atau sablon yang akan memproses sesuai kebutuhan konsumen.
 - B. Melakukan Packing: Dalam tahap ini para karyawan akan mengkemas setiap barang yang sudah di pesan dan memenuhi kebutuhan konsumen.
 - C. Mengirimkan Pesanan: Setiap barang yang sudah di packing akan di kirimkan melalui JNT atau Shoope Express.

E-commerce di Desa Bojong Kalapa melakukan pemasaran pada marketplace seperti Lazada dan Shopee. Masing-masing marketplace tersebut telah mendapat orderan 10 ribu lebih dengan pengikut 2,7 ribu. Salah satunya adalah Clothing Rebel Store. Clothing Rebel Store tidak hanya memasarkan produknya di marketplace, namun juga menerima custom produknya dari konsumen seperti memberi bodril pada kaos atau sablon.



Gambar 2 E-commerce di Desa Bojong Kalapa

Setiap produk memiliki ulasan yang bagus dan mendapat rating tinggi yang di kelola oleh 3 admin. Admin tersebut memiliki peran penting, setiap admin memiliki tanggung jawab dalam memproses pesanan dan melayani konsumen.



Gambar 3 E-commerce di Desa Bojong Kalapa

E-commerce Clothing Rebel Store memanfaatkan flatfrom online seperti marketplace untuk memasarkan produknya. Strategi yang di lakukan oleh Clothing Rebel Store adalah:

1. Upselling Produk Jualan: Mendorong pembeli untuk melakukan upgrade pembelian, misalnya dengan menawarkan paket bundling, diskon, atau pembelian voucher untuk nominal tertentu.
2. Promosi Terus Menerus: Melakukan promosi secara terus-menerus untuk membuat calon pembeli terbiasa dan familiar terhadap e-commerce tersebut.
3. Diskon dalam Bentuk Voucher: Memberikan voucher potongan harga agar pembeli segera melakukan check out.
4. Pemasaran Konten: Membuat konten berkualitas tinggi, seperti artikel blog, video, dan infografis untuk meningkatkan lalu lintas situs web dan kesadaran merek.

Sebagai flatfrom marketplace, E-commerce ini mengutamakan kualitas produk dan layanan konsumen terbaik untuk menjaga hubungan produsen dan konsumen. Kualitas produk yang dimiliki oleh Clothing Rebel Store menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang kemudian berdampak pada loyalitas pelanggan melalui

pemahaman kebutuhan pelanggan, quality control, dan penerimaan feedback langsung dari pelanggan.

Analisis SWOT E-Commerce Dalam Mendorong pertumbuhan UMKM

Analisis SWOT merupakan singkatan dari Strengths, Weakness, Opportunity, Threats yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu rencana. Pengertian analisis SWOT menurut Freddy Rangkuti, analisis SWOT diartikan sebagai analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) (Hasanah, et al., 2021).

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman suatu proyek atau usaha bisnis (Erwin Suryatama dalam Cahyono, 2016). Dan dapat diterapkan dengan menganalisis dan menyusun berbagai faktor yang mempengaruhi keempat faktor tersebut. Analisis SWOT mencakup empat faktor, yaitu:

1. **Kekuatan (*Strength*)**

Kekuatan (*Strength*) merupakan kondisi yang menjadi titik kuat dalam suatu organisasi. Faktor kekuatan adalah keterampilan khusus atau keterampilan unggul yang terdapat dalam organisasi itu sendiri. Dengan mengenali aspek-aspek apa saja yang menciptakan kekuatan organisasi, maka tugas selanjutnya adalah mempertahankan dan memperkuat keunggulan-keunggulan yang menciptakan kekuatan organisasi.

2. **Kelemahan (*Weaknesses*)**

Kelemahan (*Weaknesses*) adalah kondisi atau sesuatu yang merupakan kelemahan atau kekurangan pada tubuh organisasi. Pada hakikatnya kelemahan adalah hal yang wajar dalam sebuah organisasi.

Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi mengembangkan kebijakan untuk meminimalkan kelemahan tersebut atau bahkan menghilangkan kelemahan yang ada. Kelemahan tersebut dapat berupa kelemahan sarana dan prasarana, kualitas atau kapasitas pegawai dalam organisasi, rendahnya kepercayaan konsumen, ketidaksesuaian antara hasil produk dengan kebutuhan pelanggan atau dunia usaha dan industri, dan lain-lain.

3. **Peluang (*opportunities*)**

Peluang (*opportunities*) adalah kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk mengembangkan suatu usaha/organisasi.

4. **Ancaman (*threats*)**

Ancaman adalah kondisi eksternal yang dapat mengganggu operasi normal suatu organisasi atau bisnis. Ancaman dapat mencakup unsur-unsur lingkungan yang tidak menguntungkan bagi organisasi.

Jika ancaman tidak segera diatasi, ancaman tersebut dapat meninggalkan dampak jangka panjang, menjadi hambatan atau hambatan dalam mencapai visi dan misi suatu organisasi atau bisnis. (Fajar Nur'Aini DF, 2016).

Adapun analisis SWOT dalam e-commerce pertumbuhan UMKM merupakan langkah penting untuk mengidentifikasi potensi dan strategi pengembangan bisnis. Berikut adalah beberapa poin penting yang dapat diperhatikan dalam analisis SWOT untuk e-commerce UMKM:

Kekuatan (*Strengths*):

1. Wirausaha cenderung lebih fleksibel dalam menyesuaikan strategi, menanggapi pasar dengan cepat, dan merespons perubahan permintaan pelanggan.
2. Biaya Operasional Rendah: Dapat menjalankan operasi dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan dengan bisnis konvensional.
3. Kemampuan untuk berinovasi dalam produk, pemasaran, dan strategi lainnya untuk bersaing di pasar e-commerce yang kompetitif.
4. Memiliki keunggulan dalam memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan lokal.

Kelemahan (*Weaknesses*):

1. Keterbatasan Sumber Daya: Terbatasnya sumber daya finansial, teknologi, dan keterampilan yang dapat membatasi kemampuan untuk bersaing atau berkembang.
2. Jangkauan Pasar Terbatas: Kesulitan dalam mencapai pasar global atau besar karena keterbatasan infrastruktur dan sumber daya.
3. Keterbatasan dalam Persaingan: Tidak memiliki kekuatan seperti merek terkenal atau skala operasional besar untuk bersaing secara langsung dengan pesaing besar.

Peluang (Opportunities):

1. Peningkatan Konektivitas Internet: Dengan pertumbuhan akses internet di wilayah-wilayah yang sebelumnya terisolasi, terdapat peluang baru untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.
2. Kemitraan dan Kolaborasi: Peluang untuk menjalin kemitraan dengan platform e-commerce besar atau UMKM lain untuk meningkatkan visibilitas dan akses pasar.
3. Dukungan Regulasi untuk UMKM: Adanya kebijakan dukungan dari pemerintah atau lembaga yang membantu UMKM dalam e-commerce.

Ancaman (Threats):

1. Persaingan yang Ketat, Bersaing dengan perusahaan besar dalam industri e-commerce yang memiliki sumber daya yang lebih besar dan kehadiran global.
2. Perubahan Teknologi: Perubahan cepat dalam teknologi e-commerce bisa membuat UMKM tertinggal jika tidak dapat beradaptasi dengan cepat.
3. Ancaman Keamanan Data: Rentan terhadap serangan cyber, pencurian data, dan pelanggaran keamanan yang dapat mengancam operasional dan kepercayaan pelanggan.
4. Rentan pembajakan barang, Seperti mencuri ide bisnis atau menggunakan foto produk kita.

KAJIAN TEORI**Peran Kewirausahaan menurut para ahli**

Secara etimologis pengertian wirausaha berasal dari dua kata, yaitu wira dan usaha. Yang dimaksud dengan pahlawan adalah orang yang berakhlak mulia, berkepribadian agung, pahlawan, prajurit, berjiwa luhur, sekaligus gagah berani. Dan usaha adalah tentang bekerja dan melakukan sesuatu. Bisnis juga dapat diartikan sebagai perbuatan amal.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengusaha adalah orang yang cerdas atau berbakat dalam meluncurkan produk baru, menentukan cara produksi baru, menyelenggarakan kegiatan menghasilkan produk baru dan memasarkannya. dan manajemen modal operasi. Menurut para ahli, peran kewirausahaan mempunyai banyak pengertian yang berbeda-beda. Berikut beberapa pandangan para ahli mengenai peran kewirausahaan:

Sri Edi Swasono, wirausaha adalah wirausaha, tetapi tidak semua wirausaha adalah wirausaha. Wirausaha adalah pelopor dalam bisnis, inovator, penanggung risiko yang mempunyai visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam prestasi di bidang usaha.

Richard Cantillon ahli ekonomi Irlandia yang nenek moyangnya berasal dari Prancis. Menurut Cantillon, wirausahawan adalah orang yang spesialis dalam mengambil risiko. Dia (laki-laki atau perempuan) adalah pekerja yang yakin bekerja dengan membeli output untuk maksud menjualnya kembali sebelum para konsumen menyadari berapa besar harga yang pantas bagi mereka untuk membayarnya. Para pekerja ini menerima pemasukan yang terjamin (sekurangnya dalam jangka pendek), sementara wirausahawan memikul risiko yang disebabkan oleh fluktuasi di pasar konsumsi.

Peter F. Drucker mengatakan bahwa kewirausahaan adalah praktek kerja yang tertumpu atas konsep dan teori, bukan intuisi. Kewirausahaan dapat dipelajari dan dikuasai secara sistematis dan terencana.

Andrew J. Dubrin mendefinisikan kewirausahaan adalah seseorang yang mendirikan dan menjalankan sebuah usaha yang inovatif (Entrepreneurship is a person who founds and operates an innovative business).

Frank Knight mengatakan wirausahawan mencoba untuk memprediksi dan menyikapi perubahan pasar. Definisi ini menekankan pada peranan wirausahawan dalam menghadapi

ketidakpastian pada dinamika pasar. Seseorang wirausahawan disyaratkan untuk melaksanakan fungsi-fungsi manajerial mendasar seperti pengarahan dan pengawasan.

Melihat pengertian beberapa ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki semangat, sikap, perilaku dan kemampuan untuk memulai suatu usaha, dan kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan untuk memulai suatu usaha. untuk mengelola bisnis seseorang. atau kegiatan yang berupaya untuk meneliti, menciptakan, dan menerapkan metode kerja, teknologi, dan produk baru untuk meningkatkan efisiensi guna memberikan layanan yang lebih baik dan/atau mencapai keuntungan yang lebih tinggi.

Pengertian UMKM

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, UMKM diartikan sebagai suatu usaha komersial yang dikelola oleh perseorangan atau badan usaha yang merupakan badan usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang ditentukan oleh Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008.

Menurut Undang-undang Nomor Rudjito, Makna UMKM adalah suatu perusahaan memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah lapangan kerja yang diciptakan maupun jumlah perusahaannya.

Ina Primiana meyakini UMKM merupakan pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu: Manufaktur, Agrobisnis, Perdagangan Maritim dan Sumber Daya Manusia. Selain itu, Ina Primiana meyakini UMKM dapat dipahami sebagai pengembangan sektor-sektor utama untuk mempercepat pemulihan ekonomi dan memenuhi program prioritas serta pengembangan sektor dan potensi kemampuan yang berbeda-beda. Sedangkan usaha kecil merupakan pengganda upaya pemberdayaan masyarakat. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan suatu kegiatan ekonomi yang dikelola oleh perorangan atau organisasi berperan dalam perekonomian dan mempercepat proses pemulihan perekonomian negara.

Pengertian E-Commerce

E-commerce adalah suatu tempat yang digunakan untuk jual beli (elektronik) secara online, termasuk pemasaran, pembelian, bahkan transaksi (pembayaran) yang dapat dilakukan secara online atau menggunakan sarana elektronik. Menurut para ahli di bidang ini, pengertian e-commerce mempunyai banyak definisi yang berbeda-beda namun selalu mempunyai maksud dan tujuan yang sama. Di bawah ini adalah beberapa definisi e-commerce menurut beberapa ahli.

Definisi e-commerce menurut Harmayani et al. (2020) adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, www, dan jaringan internet lainnya. E-commerce juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis.

Menurut Akbar & Alam (2020), E-commerce merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan e-commerce.

Sedangkan pengertian e-commerce menurut Riswandi (2019) adalah satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Dari beberapa definisi e-commerce tersebut dapat disimpulkan bahwa e-commerce adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan penjualan barang dan jasa melalui Internet. Dalam pengertian yang paling umum, membuat situs web yang mengiklankan dan mempromosikan produk Anda dapat dianggap sebagai "e-commerce". Namun, dalam beberapa tahun terakhir, e-commerce menjadi jauh lebih kompleks. Perusahaan e-commerce kini menawarkan toko online di mana pelanggan dapat mengakses ribuan produk, memesan, memilih metode pengiriman yang diinginkan, dan membayar menggunakan ATM, mobile banking, atau kartu kredit.

KESIMPULAN

1. Kewirausahaan dan e-commerce memiliki hubungan yang erat dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kewirausahaan dan e-commerce saling mendukung dan dapat mempengaruhi kinerja UMKM, meningkatkan minat berwirausaha, serta memperluas pemasaran kewirausahaan.
2. E-commerce memberikan manfaat bagi UMKM dan konsumen, seperti memberikan akses pasar global bagi UMKM, mempermudah proses transaksi, serta memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membandingkan harga dan produk.
3. Harga produk yang kompetitif di e-commerce berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung membandingkan harga produk sebelum memutuskan pembelian.
4. Penggunaan e-commerce oleh UMKM di Desa Bojong Kalapa telah mendorong pertumbuhan usaha mereka dan memberikan dampak positif seperti peningkatan pendapatan dan akses pasar yang lebih luas.
5. Analisis SWOT menunjukkan kekuatan, peluang, dan strategi yang dapat diambil UMKM untuk memanfaatkan e-commerce, sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi.
6. Kewirausahaan dan inovasi menjadi kunci bagi UMKM untuk dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan persaingan ketat di dunia e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA

- Cecep Supendi , Sofhian Fazrin Nasrulloh (2021) Pengembangan Platform Warung Online Berbasis Prestashop Sebagai Sarana Promosi Produk Umkm Kabupaten Kuningan
- Diningrum Citraningsih, (2022) Analisis SWOT pembelajaran daring era pandemi covid-19 pada sekolah dasar STAI Terpadu Yogyakarta, Indonesia
- Disa, S. (2011). *E-Commerce Sebagai Solusi Pemasaran Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. *Inspiration: Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(2).
- Fairus, Fairus (2020) *Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Harmayani et al. (2020), Pengertian E-commerce
<https://www.hestanto.web.id/kewirausahaan/> , Peran Kewirausahaan menurut para ahli
<https://www.panda.id/e-commerce-des/>, Peran E-commerce di desa
- Retnaning, Rahayu Tri (2020) *Analisis Kelayakan Usaha Menggunakan Metode Break Even Point (Bep) Dan Swot Pada Studi Kasus Cv. Harmoni Unggas Jaya*. Skripsi thesis, Institut Teknologi Nasional Malang.
- Rizwan aryadi, siti Hajati Hoesin (2022), *Kewirausahaan & UMKM sebagai salah satu solusi untuk mengatasi masalah ketenaga kerjaan di Indonesia*, [01/01/22] (1)
- Silvi, Ridha Laelatul (2021), *peran kewirausahaan E-commerce dalam perkembangan UMKM di desa bumijaya*, [14/12/21] (12).
- Theseen & Ramayah, (2015). *AGRISEP* Vol. 20 No.1 Maret 2021, Hal 117-118.
- Y. L.R Rehatalanit, (2016) Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis
- Yuswita, Eva (2022) *Pengaruh Pemahaman E-Commerce Dan Sistem Informasi Akuntansi Serta Motivasi Berwirausaha Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Berwirausaha*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.