

PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP BISNIS UMKM DALAMMENINGKATKAN DAYA SAING EKONOMI DI ERA DIGITAL

Icha Lyonita*¹

Putri Dwi Maghfirah²

Silfi Putri Mediana³

Bunayya Saleha⁴

Alexander Zebua⁵

Diwayana Putri Nasution⁶

^{1,2,3,4,5,6} Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Pancabudi

*e-mail : ichalyonita76@gmail.com, Putridwimaghfirah12@gmail.com, putri.spm02@gmail.com,
bunayya131@gmail.com, alexanderzebua333@gmail.com, diwayanaputrinst@gmail.com

Abstract

Penggunaan teknologi digital terus berkembang seiring dengan ketersediaan perangkat elektronik dan aksesibilitas yang semakin mudah. Penerapan teknologi informasi menjadi suatu kebutuhan yang tak terhindarkan dalam era globalisasi saat ini. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), pengembangan model aplikasi bisnis berbasis web menjadi kunci utama untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh penggunaan E-Commerce terhadap performa bisnis UMKM dalam meningkatkan daya saing ekonomi di era digital. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dan teknik pengumpulan data melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi E-Commerce memberikan dampak positif terutama dalam aspek keamanan dan kemudahan transaksi, serta memudahkan kegiatan promosi dengan komunikasi yang cepat kepada pelanggan. Namun, dampak negatifnya terkait dengan kemungkinan pembatalan pesanan yang dapat mengakibatkan kerugian pada biaya pengiriman dan kemasan. Wawancara menunjukkan bahwa penggunaan E-Commerce mampu meningkatkan omzet penjualan hingga 20%-30%.

Kata kunci : E-commerce, Qris, pendapatan UMKM, Pengguna Internet.

Abstrak

The use of digital technology continues to grow along with the availability of electronic devices and increasingly easier accessibility. The application of information technology has become an unavoidable necessity in the current era of globalization. In the context of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), the development of web-based business application models is the main key to increasing competitiveness. This research aims to evaluate the influence of the use of E-Commerce on MSME business performance in increasing economic competitiveness in the digital era. The research method applied is a qualitative approach with a descriptive approach, and data collection techniques involve observation, interviews and documentation. The research results show that the adoption of E-Commerce has a positive impact, especially in the aspects of security and ease of transactions, as well as facilitating promotional activities with fast communication to customers. However, the negative impact is related to the possibility of order cancellations which can result in losses in shipping and packaging costs. Interviews show that the use of E-Commerce can increase sales turnover by up to 20%-30%.

Keywords : E-Commerce, Qris, MSME income, Internet user

PENDAHULUAN

Keterlibatan yang penting dari sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam kemajuan ekonomi dan industri suatu negara merupakan sebuah fakta yang tidak dapat diabaikan. Menyadari seberapa besar sumbangan UKM terhadap ekonomi, adalah wajar jika pemerintah memberikan perhatian lebih intensif untuk mendorong kemandirian dan keberhasilan para pelaku usaha di sektor ini. Pada masa sekarang, era globalisasi juga dikenal sebagai Era Ekonomi Baru atau Era Ekonomi Digital, yang dicirikan oleh adopsi Teknologi Informasi dalam kegiatan ekonomi. Penggunaan Teknologi Informasi menjadi suatu keharusan yang tidak dapat dielakkan dalam situasi globalisasi yang sedang berlangsung. Dalam konteks

Usaha Kecil dan Menengah (UKM), pengembangan model aplikasi bisnis berbasis web menjadi faktor kunci untuk meningkatkan daya saing. Pengertian e-commerce pada saat ini memiliki ruang lingkup yang luas dan bervariasi, tergantung pada perspektif yang diambil oleh para penulis. Dalam tulisan ini, penulis merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Turban (2010), yang menyatakan bahwa Electronic Commerce (EC atau e-commerce) mencakup proses pembelian, penjualan, transfer, pelayanan, atau pertukaran produk, layanan, atau informasi melalui jaringan komputer, termasuk Internet.

Table 1 perbandingan Kegiatan Usaha antara Era Ekonomi Lama dengan Era Ekonomi Baru

No.	Jenis Kegiatan	Era Ekonomi Lama	Era Ekonomi Digital
1.	Pembelian	Calon Pembeli datang ke toko.	Calon pembeli mengunjungi web site.
2.	Pemesan Barang	Melakukan pemesanan di toko.	Melakukan pemesanan melalui fitur yang disediakan di web site.
3.	Kegiatan Peamasaran	Melalui brosur, spanduk, leaflet, banner, dari mulut ke mulut.	Melalui situs jejaring sosial, search engine, situs iklan online.
4.	Penyediaan Sarana Fisik	Harus menyediakan toko untuk display barang.	Tidak harus menyediakan, karena sudah memanfaatkan katalog produk secara digital.
5.	Biaya Pemasaran	Cukup besar, karena harus, mencetak brosur, spanduk, leaflet, banner.	Tidak besar. Dengan memanfaatkan status jejaring sosial, bisa melakukan kegiatan pemasaran.
6.	Jangkauan Konsumen	Lebuh sempit, karena terbatas di lingkungan toko tersebut berada.	Lebih luas, karena jangkauan internet yang dapat menjangkau dunia lebih luas (global).

Menurut Kuncoro (2000), tantangan yang dihadapi oleh pengusaha kecil dapat dikelompokkan menjadi dua kategori. Pertama, Pengusaha Kecil yang memiliki omset kurang dari Rp.50,000,000 umumnya mengalami kesulitan dalam menjaga kelangsungan usaha mereka. Bagi mereka, mencapai kemampuan penjualan dengan "aman" dianggap sudah merupakan pencapaian tujuan yang memadai. Modal yang dibutuhkan untuk ekspansi produksi biasanya tidak besar, dan umumnya, modal tersebut hanya diperlukan untuk menjaga kelancaran aliran kas. Dalam konteks ini, mendapatkan kredit dari lembaga keuangan seperti BPR-BPR, BKK, TPSP (Tempat Pelayanan Simpan Pinjam-KUD) sangat membantu mereka dalam mengatasi kebutuhan modal kerja.

Sementara itu, dalam kategori kedua, Pengusaha Kecil dengan omset antara Rp. 50,000,000 hingga Rp. 1,000,000,000 menghadapi tantangan yang lebih kompleks. Pada umumnya, mereka mulai mempertimbangkan untuk melakukan ekspansi usaha lebih lanjut. Tantangan yang dihadapi mencakup beberapa aspek, seperti: (1) kurangnya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang efisien karena kepemilikan dan pengelolaan perusahaan belum terpisah; (2) kesulitan menyusun proposal dan studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman dari bank atau modal ventura karena prosedur yang kompleks dalam mendapatkan kredit, hambatan pada agunan yang tidak memenuhi persyaratan, dan tingginya tingkat bunga yang dianggap terlalu tinggi; (3) kesulitan dalam perencanaan bisnis karena persaingan pasar yang semakin ketat; (4) kendala akses terhadap teknologi, terutama ketika pasar dikuasai oleh perusahaan atau kelompok bisnis tertentu dan selera konsumen berubah cepat; (5) kesulitan memperoleh bahan baku karena persaingan yang ketat, ketersediaan bahan baku yang berkualitas rendah, dan harga bahan baku yang tinggi; (6) tantangan dalam meningkatkan kualitas barang dan efisiensi, terutama bagi pelaku usaha yang mengejar pasar ekspor, karena perubahan cepat dalam selera konsumen, dominasi pasar oleh perusahaan tertentu, dan banyaknya barang pengganti; (7) kesulitan dalam mencari tenaga kerja terampil.

Tujuan keseluruhan dari penulisan artikel ini adalah mendukung pencapaian kemudahan, efisiensi, dan efektivitas dalam menjalankan transaksi bisnis serta menyediakan informasi yang akurat, tepat waktu, dan relevan. Fokusnya adalah memastikan transformasi bisnis dapat terjadi dengan cepat dan akurat. Selain itu, artikel ini juga bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi, pertukaran data dan informasi, serta kerjasama dengan organisasi atau perusahaan lain secara cepat dan akurat. Tujuan khususnya adalah mengembangkan model Aplikasi Bisnis berbasis Web khususnya untuk kelompok Usaha Kecil Menengah. Semua kegiatan ini diarahkan untuk mendukung rencana strategis keunggulan bersaing, dengan tujuan memperluas pangsa pasar baik di dalam negeri maupun di luar negeri, baik di tingkat nasional maupun internasional.

METODE

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif menggunakan data yang diungkapkan secara verbal dan kualifikasinya bersifat teoritis. Metode deskriptif kualitatif melibatkan penyelidikan terhadap masalah-masalah yang ada dan prosedur kerja yang berlaku. Di dalamnya terdapat usaha untuk menggambarkan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan kondisi yang sedang berlangsung atau ada saat ini. Teknik pengumpulan data yang diterapkan melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, dampak positif dari belanja elektronik adalah toko 24/7 yang memberikan keamanan dan kenyamanan dalam proses bisnis memfasilitasi promosi untuk membantu pelanggan berkomunikasi lebih cepat dan menjangkau seluruh dunia. Dipasaran dan mampu memuaskan pelanggan dan tentunya meningkatkan penjualan. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dampak negative dari penggunaan toko elektronik adalah jika barang Pesanan rusak maka barang tersebut bisa terbelah dan hal ini dapat mengakibatkan hilangnya biaya pengiriman dan pengemasan yang banyak pesaing, sehingga konsumen harus lebih berhati-hati dalam memilih produk baik dari segi harga maupun kualitas, adanya biaya administrasi pembeli dan penjual serta adanya berbagai cara yang sederhana dan mudah yaitu metode COD memang menguntungkan pembeli dalam proses pembayaran, namun di sisi lain penjual merasa dirugikan saat uangnya dikeluarkan. Setelah barang sampai ke tangan konsumen, omset yang dipertimbangkan dalam penelitian ini adalah omset penjualan bulanan perusahaan menurut teori (Chaniago, 2002), yaitu jumlah total pendapatan yang diterima dari penjualan barang atau jasa selama jangka waktu tertentu.

Tabel 1. Omset Penjualan

No	Nama	Nama Usaha	Omzet sebelum menggunakan E-Commerce/bulan	Omzet setelah menggunakan E-Commerce/bulan
1.	Abdul Wahid	Rumah Bumbu Ratna	4,2 juta	4,8 juta – 6 juta
2.	Hasryanty Achmad	Beauty Shop	4,5 juta	5,2 juta – 6,5 juta
3.	Hendra Digrayah	Computer	7,5 juta	20 juta
4.	Sri Mulya	Hijab Fashion Shop	6-20 juta	7,5 juta – 25 juta

Sumber : Diolah penulis 2023

Elektronik commerce yaitu dapat mengakses toko 24 jam sehari berkaitan dengan teori (Turban E.K, 2012) yang mengemukakan bahwa e-bisnis mempunyai manfaat dan keuntungan bagi berbagai pihak yaitu Bagi Perusahaan (1) Akses terhadap pasar nasional dan internasional. (2) Menurunkan biaya internasional, distribusi dan pencarian informasi. Bagi Masyarakat (1) Akses tanpa batas terhadap berbagai produk dan layanan 24 jam sehari. (2) Memberikan layanan informasi dengan mudah dan nyaman kepada masyarakat di kota besar, kecil dan berbagai negara. Selain itu dampak positif dari penggunaan e-commerce adalah terjaminnya keamanan dan kenyamanan dalam proses transaksi, di mana dampak tersebut terlihat antara lain menghemat biaya iklan dan meningkatkan kecepatan transaksi. Secara keseluruhan, hal ini meningkatkan daya saing UKM (Mastisia, 2019). Selain itu, pemanfaatan belanja online tentunya dapat membantu menekan biaya dan memberikan konsumen informasi detail mengenai produk dan harga khusus secara online serta memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ke toko sehingga mampu bersaing dengan toko sejenis bisnis dan mendapatkan hasil yang lebih baik (Maulana, 2015).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi yang telah diuraikan, maka penulis mempunyai beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut: 1. Hasil wawancara ditemukan adanya pengaruh yang positif. e-commerce yaitu toko yang dapat diakses selama 24 jam dan menawarkan keamanan dan kenyamanan. Dalam proses bisnisnya, penawaran didorong sehingga membantu komunikasi dengan pelanggan menjadi lebih cepat dan memasuki pasar global serta memuaskan pelanggan dan tentunya meningkatkan omzet. 2. Hasil wawancara diketahui bahwa penggunaan belanja online juga memberikan dampak negatif yaitu. Apabila barang rusak, barang dapat dibatalkan dan hal ini dapat mengakibatkan hilangnya biaya pengiriman dan pengepakan, biaya administrasi sejumlah. pesaing, biaya administrasi yang dibebankan kepada pembeli dan penjual, adanya sistem angsuran yang membuat penjual merasa dirugikan karena uang dikeluarkan setelah barang sampai 3. Dari hasil wawancara disimpulkan bahwa penggunaan belanja elektronik dapat meningkatkan omzet sebesar 20-30%.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mahasiswa yang terlihat langsung dalam penelitian ini maupun pihak-pihak lain yang terlibat secara tidak langsung. Terima kasih yang tidak terhingga kepada Dr. E Diwayana Putri Nasution, S.E, M.Si atas bimbingannya dalam penyusunan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Temasek, dan Bain & Company bertajuk e-Conomy SEA 2023*. (2023, 12). Retrieved 122023, from Temasek, dan Bain & Company bertajuk e-Conomy SEA 2023.: <https://economysea.withgoogle.com/report/>
- Adibah. (2019). kompetensi pedagogik guru dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. *Jurnal Ilmiah*, Sumbula: volume 4, Nomor 1.
- Chaniago, A. Y. (2002). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Bandung: CV. Pustaka Setia. Kuncoro, M. (2000). *Ekonomi Pembangunan: Teori, Masalah dan Kebijakan*. UPP AMP YKPN.
- Maulana, S. M. (2015). Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29(1), 1–9.
- Sarwono, J. D. (2012). *Perdagangan Online: Cara bisnis di Internet*. Elex Media Koputind
- Turban, E. D.-P. (2010). *Electronic commerce. Managerial perspective Global. Edition (6edistion)*. New Jersey: pearson.
- Turban, E. K. (2012). *Electronic Commerce 2012: Managerial and social networks*.