

PEMBERDAYAAN E-COMMERCE DI KALANGAN PELAKU UMKM DI INDONESIA

Moch Yusuf , ZainNor Aini

Ujian Tengah Semester Magister Manajemen(Mm-S2) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Correspondence		
Email:	No. Telp:	
Submitted 4 januari 2024	Accepted 10 januari 2024	Published 11 januari 2024

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang implementasi e-commerce di era industri 4.0 dan society 5.0 dengan fokus pada pemberdayaan, strategi, dan pengaruh e-commerce dalam berwirausaha yang dikaitkan dengan manfaatnya terhadap kehidupan, bisnis, dan negara Indonesia. Keberadaan e-commerce sebagai aktivitas pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet yang memberikan dampak baik bagi pelaku bisnis. Dampak terhadap perilaku konsumen, akses pasar, inovasi bisnis, dampak sosial, dan daya saing bisnis. Penelitian bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang teknologi e-commerce telah mengubah lanskap bisnis dan perilaku konsumen sebagai akibat dari perkembangan teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce telah mempengaruhi perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran kontekstual mengenai jenis-jenis e-commerce di Indonesia dan memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: e-commerce, industri 4.0, dan society 5.0.

PENDAHULUAN

E-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet. E-commerce juga dapat diartikan sebagai aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi dan aliran kerja perusahaan. Dijelaskan juga, bahwa e-commerce sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dengan demikian, e-commerce memiliki beragam definisi mencakup aspek transaksi, otomatisasi, dan interaksi elektronik antara perusahaan, konsumen, dan komunitas.

E-commerce memiliki peran penting dalam kehidupan karena memungkinkan proses pembelian, penjualan, transfer, atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui internet. Hal ini mempermudah akses konsumen terhadap



berbagai produk dan layanan, memungkinkan perluasan pasar bagi perusahaan, dan memfasilitasi transaksi bisnis secara online. Dengan demikian, e-commerce memainkan peran kunci dalam memenuhi kebutuhan konsumen, memperluas jangkauan bisnis, dan memodernisasi proses transaksi.

Selain peran penting dalam kehidupan konsumen, e-commerce memiliki peran penting dalam bisnis karena memungkinkan perusahaan untuk memperluas aktivitas dan menjangkau konsumen dengan lebih mudah. Selain itu, e-commerce juga memodernisasi proses transaksi online. Dengan demikian, e-commerce memainkan peran kunci dalam memfasilitasi pertumbuhan bisnis, meningkatkan akses pasar, dan memungkinkan interaksi yang lebih efisien antara perusahaan dan konsumen.

Memang pada zaman sekarang e-commerce sangat dibutuhkan dan berpengaruh pada kehidupan dan bisnis. Dengan begitu e-commerce juga sangat berpengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Beberapa dampak positif terhadap pertumbuhan di Indonesia meliputi: (1) Peningkatan akses pasar, (2) Peningkatan daya saing UMKM, (3) peningkatan konsumsi dan investasi, dan (4) peningkatan inovasi.

Peningkatan akses pasar memungkinkan perusahaan untuk mencapai pasar yang lebih luas, termasuk global, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan pertumbuhan bisnis. Untuk peningkatan daya saing UMKM, e-commerce memberikan kesempatan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bersaing secara lebih efektif dengan perusahaan besar, memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pendapatan.

Berikutnya sebagai peningkatan konsumen dan investasi, e-commerce mampu meningkatkan konsumsi masyarakat dan investasi sektor teknologi dan infrastruktur, yang gilirannya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Yang terakhir untuk peningkatan inovasi, mampu mendorong inovasi dalam bisnis, teknologi, dan layanan, yang dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan efisiensi dan produktivitas. Dengan demikian, e-commerce memiliki dampak yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui peningkatan akses pasar, daya saing UMKM, konsumsi, investasi, dan inovasi.

Dalam revolusi industri 4.0. dan society 5.0. e-commerce memiliki kedudukan yang sangat penting. Pada revolusi 4.0. e-commerce memainkan peran kunci dalam transformasi bisnis dari model konvensional ke model digital, sesuai dengan visi revolusi industri 4.0 yang berfokus pada otomatisasi, kecerdasan buatan, dan internet of things. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan teknologi baru dan memanfaatkan platform online untuk jangkauan pasar, mempercepat proses bisnis, dan meningkatkan efisiensi operasional.

Pada society 5.0. e-commerce mendukung visi yang berpusat pada



kecerdasan buatan dan penggunaan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup manusia. Dengan memungkinkan penerapan pendekatan berbasis manusia dalam pengembangan teknologi, dengan memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih personal dan efisien.

ANALISIS

Dari kelima artikel yang disajikan membahas tentang pemberdayaan, strategi, dan pengaruh e-commerce dalam berwirausaha terhadap perkembangan revolusi industri 4.0 dan society 5.0. yang dikaitkan dengan manfaatnya terhadap kehidupan, bisnis, dan negara Indonesia. Artikel-artikel tersebut sangat memberikan pemahaman tentang keberadaan e-commerce sebagai aktivitas pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui internet.

Dari penjelasan di atas tadi, bisa penulis analisis bahwa e-commerce memberikan pengaruh yang signifikan dalam berwirausaha, transformasi bisnis, peningkatan konektivitas, dan pemanfaatan teknologi dalam perkembangan revolusi industri 4.0 dan society 5.0. Dengan adanya e-commerce pastinya konsumen akan semakin cepat dalam beraktivitas dan memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dalam peningkatan kewirausahaan, memungkinkan individu untuk memulai usaha dan menengah dengan biaya yang relatif rendah, memfasilitasi kewirausahaan dan inovasi di era revolusi industri 4.0 dan society 5.0. Kemudian sebagai transformasi bisnis, telah mampu mengubah cara bisnis yang dilakukan, karena memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan teknologi baru dan memanfaatkan platform online untuk memperluas jangkauan pasar.

Peningkatan konektivitas, e-commerce memungkinkan koneksi yang lebih luas antara produsen, pengecer, dan konsumen, yang sesuai dengan visi society 5.0 yang berpusat pada manusia dan teknologi. E-commerce merupakan contoh nyata pemanfaatan teknologi dalam berwirausaha yang sesuai dengan visi revolusi industri 4.0 berfokus pada otomatisasi, kecerdasan buatan, dan internet things.

PEMBAHASAN

Dari kelima artikel yang telah disajikan memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pemberdayaan, strategi, dan pengaruh e-commerce dalam berwirausaha terhadap perkembangan revolusi industri 4.0 dan society 5.0. yang dikaitkan dengan manfaatnya terhadap kehidupan, bisnis, dan negara Indonesia. Artikel-artikel ini menyoroti tentang klarifikasi jenis-jenis bisnis e-



commerce, pemberdayaan, strategi, pengaruh, dan dampak nyata.

Dari hasil penelitian 5 jurnal yang disajikan, dapat penulis bahas bahwa e-commerce memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan di Indonesia dan mewujudkan dalam memfasilitasi transformasi bisnis, konektivitas global, pemanfaatan teknologi, pendekatan berbasis manusia, dan inovasi bisnis dalam era revolusi industri 4.0 dan society 5.0.

Setiap jenis e-commerce memiliki karakteristik dan model bisnis yang berbeda-beda dan masing-masing memiliki peran yang berbeda dalam memfasilitasi transaksi online dan interaksi antara penjual dan pembeli. Beberapa jenis e-commerce diantaranya listing, shopping mall, marketplace, toko online, toko online di media sosial, dan crowdsourcing.

Jenis e-commerce akan penulis bahas satu-satu. Listing berfungsi sebagai platform di mana individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Untuk shopping mall, model bisnis ini mirip dengan marketplace, tapi penjual yang bisa berjualan di sana haruslah penjual atau brand ternama karena proses verifikasi yang ketat. Dan marketplace, merupakan model bisnis di mana berbagai penjual dapat berjualan dan berinteraksi dengan pembeli di satu platform yang sama.

Berikutnya toko online, model bisnis ini cukup sederhana, yaitu sebuah toko online dengan alamat website (domain) sendiri di mana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara online kepada pembeli. Untuk toko online media sosial, contohnya berjualan dengan menggunakan situs media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram. Yang terakhir crowdsourcing, yaitu menggunakan website dipakai sebagai platform untuk mengumpulkan orang-orang dengan skill yang sama atau untuk penggalangan dana secara online.

Dari contoh e-commerce di atas, akan dihubungkan tentang pemberdayaan kalangan pelaku UMKM di Indonesia. Hal ini merupakan satu prioritas dalam memajukan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan ini bertujuan untuk mengembangkan platform e-commerce untuk UMKM. Meskipun potensi UMKM di Indonesia sangat besar, masih sedikit yang memanfaatkan e-commerce. Oleh karena itu pemberdayaan di kalangan UMKM memberikan solusi terhadap terbatasnya akses pasar domestik dan global, akses pendanaan, dan akses keterampilan.

Dalam berbisnis harus tahu tentang strategi pemasaran e-commerce yang diantaranya Optimasi Mesin Pencari (SEO). Pemasaran konten, pemasaran media sosial, email marketing, pengiklanan online, strategi retargeting, program afiliasi, dan analisis data. Setiap pemasaran harus sesuai dengan target pasar, produk, dan tujuan bisnis. Kombinasi strategi ini dapat membantu meningkatkan visibilitas, menarik pelanggan, dan meningkatkan penjualan untuk bisnis e-commerce.



Dari pembahasan jurnal tersebut juga menjelaskan dampak lebih bagaimana e-commerce mampu memberikan pemahaman yang lebih tentang perkembangan teknologi yang didorong oleh revolusi 4.0 dan society 5.0. Di sini mampu mengubah pasar bisnis dan perilaku konsumen, serta mempengaruhi perekonomian dan masyarakat secara keseluruhan. **KESIMPULAN**

Dari kelima artikel yang telah disajikan, dapat disimpulkan bahwa e-commerce memiliki potensi besar dalam meningkatkan pemberdayaan, strategi, dan pengaruh besar dalam berwirausaha terhadap perkembangan revolusi industri 4.0 dan society 5.0. yang dikaitkan dengan manfaatnya terhadap kehidupan, bisnis, dan negara Indonesia. E-commer memberikan udara segar bagi pelaku bisnis dalam mengembangkan inovasinya.

Kesimpulannya selanjutnya, bahwa perkembangan e-commerce memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumen, akses pasar, inovasi bisnis, dampak sosial, dan daya saing bisnis. Hal ini sangat menunjukkan bahwa e-commerce telah menjadi kekuatan yang mendorong perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat dan perekonomian.

DAFTAR PUSTAKA

- Mahir Pradana. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia. *JurnalNeo-Bis*, 9(2), 32-40.
- Kadar Nurjaman. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 3(1), 34-40.
- Ade Onny Siagian. (2021). Strategi Pemasaran E-Commerce Bagi UMKM Indonesia untuk Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Akrab Juara*, 6(1), 1-15.
- Getha, F. D. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Bina Ekonomi*, 22(1), 43-62.
- Hani Atun Mumtaha, Halwa Anninsa Khoiri. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *Jurnal Ilmial Ilmu-ilmu Teknik*, 4(2), 55-60.

