

**PEMANFAATAN E-COMMERCE PADA PERTUMBUHAN EKONOMI DIGITAL
TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI DAERAH GEDONG**

Risma Aulia Saputri¹, Mutiara Karunia Pratiwi²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI

Email : rismaaulia483@gmail.com, mutiakaruniaa06@gmail.com

First Received: 02 April 2024, Accepted: 03 Mei 2024, Final Proof Received: 07 Mei 2024

ABSTRAK

Saat ini, pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia menjadi topik semakin menarik perhatian pada beberapa tahun terakhir ini. Transformasi digital yang cepat dan luas telah mengubah cara berinteraksi, berbelanja dan berbisnis. Banyak individu yang memiliki ide-ide kreatif dan berani mengambil resiko untuk memulai startup dan usaha digital. Dalam konteks ini pengaruh masyarakat dalam pertumbuhan ekonomi digital menjadi sangat relevan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh masyarakat di daerah gedong dalam pemanfaatan e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi digital. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan cross sectional, sasaran pada penelitian ini adalah UMKM yang sudah mengaplikasikan pemanfaatan e-commerce pada pertumbuhan ekonomi digital dalam perkembangan aktivitas usahanya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh menjelaskan bahwa pemanfaatan e-commerce pada pertumbuhan ekonomi digital terhadap UMKM adalah meningkatkan penghasilan, peningkatan aset, bentuk usaha dan peningkatan produksi barang, mempermudah pemasaran dan promosi serta jangkauan pasar yang lebih luas dan tanpa batas.

Kata Kunci : *UMKM, E-commerce, Pertumbuhan ekonomi digital, Gedong*

ABSTRACT

The growth of the digital economy in Indonesia has become a topic of increasing interest in recent years. Rapid and widespread digital transformation has changed the way we interact, shop and do business. Many creative and risk-taking individuals are starting startups and digital business. In this context, the influence of the community in the growth of Indonesia digital economy is highly relevant. The purpose of this study is to analyze the influence of the community in the use of e-commerce on digital economy growth. This research method uses qualitative with a cross-sectional approach, the target in this research is UMKM that have applied the use of e-commerce in the growth of the digital economy in the development of their business activities. Based on the research result that have been obtained, it explains that the use of e-commerce in digital economic growth for UMKM is to increase income, increase the production of goods, facilitate marketing and promotion as well as a wider and unlimited market reach.

Keywords : *UMKM, E-commerce, Digital economy growth, Gedong*

PENDAHULUAN

UMKM adalah bisnis perorangan produktif kecil, menengah yang dimiliki oleh masyarakat saat ini. Beberapa tahun terakhir ini jumlah penduduk usia kerja telah melebihi jumlah kesempatan yang ada. Kondisi ini mendorong masyarakat, terutama kaum muda untuk usaha disektor UMKM. UMKM sendiri memiliki peran penting bagi perekonomian saat ini, UMKM juga menjadi salah satu alternatif lapangan kerja baru untuk mengurangi dampak pengangguran.

Ekonomi digital mengalami perkembangan yang cepat dan menawarkan peluang baru dan tantangan bagi pelaku usaha. Salah satu pelaku usaha yang terdampak dari adanya e-commerce ini adalah UMKM. UMKM merupakan salah satu bentuk usaha yang diminati oleh masyarakat dengan peran strategis dalam pembangunan ekonomi. (Gustina et al., 2022). Dengan adanya kemudahan dalam penerapan teknologi yang tepat, maka e-commerce mampu memberikan pengalaman yang berkesan pada pelanggan. Salah satu keunggulan dalam penerapan teknologi pada e-commerce yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi digital diantaranya adalah kemudahan pelanggan dalam mengakses pasar, pemasaran dan promosi yang lebih efektif. (Nafiza et al., 2021). Disimpulkan bahwa penggunaan e-commerce dapat meningkatkan pendapatan dan berdampak positif pada operasional UMKM. (Affan, 2022) dan (Mudzakir et al., 2022) juga memberikan pernyataan positif terhadap para pengguna e-commerce yaitu dengan memberikan keuntungan pada kinerja usaha para pelaku UMKM.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan e-commerce mempengaruhi pertumbuhan ekonomi digital pada sector UMKM. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih tentang bagaimana penggunaan e-commerce dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi digital pada sector UMKM.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan cross sectional. Data ini dinyatakan dalam bentuk kata dan kalimat yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan kita wawancarai. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan metode wawancara dan observasi langsung kepada responden untuk mengetahui sejauh mana yang sudah menggunakan pemanfaatan e-commerce. Responden dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM didaerah Gedong jakarta timur yang dipilih secara acak oleh peneliti yang sudah melakukan kegiatan jual beli melalui e-commerce. Jumlah responden terdiri dari 30 orang pelaku UMKM dari berbagai bidang. Bidang-bidang usaha yang digeluti yaitu kuliner, dan fashion.

Terdapat tiga alur kegiatan dalam menganalisis data kualitatif yaitu, Reduksi data (Reduction data) dengan data yang sudah diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dicatat secara teliti dan rinci, kemudian Penyajian data (Data display) untuk mempermudah peneliti dalam melihat secara keseluruhan pada bagian tertentu dan yang terakhir Penarikan kesimpulan (Concluting drawing) ini merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Semua metode pengumpulan data ini berupa wawancara dan dokumentasi untuk mendukung penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Data dalam penelitian ini diperoleh dengan metode wawancara dan observasi langsung kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM di daerah Gedong Jakarta Timur yang melakukan kegiatan jual beli melalui e-commerce. Responden terbagi menjadi dua berdasarkan bidang usaha yang digeluti yaitu 20 orang dari usaha bidang kuliner dan 10 orang dari usaha bidang fashion. Pelaku UMKM tersebut sudah terbiasa melakukan kegiatan jual beli dan promosi melalui e-commerce.

Terdapat banyak e-commerce yang dikenal dan digunakan oleh masyarakat beberapa e-commerce itu adalah shopee, lazada, dan tokopedia sedangkan untuk dibidang kuliner adalah grabfood, shopeefood dan gofood. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa responden diperoleh informasi terkait e-commerce yang memengaruhi pertumbuhan ekonomi digital terhadap UMKM di daerah Gedong.

Seperti yang telah di sampaikan oleh beberapa responden sebagai berikut:

“kalau saya sering pesan barang lewat lazada tapi kalauingin menjual barang lewat shopee karena e-commerce ini lebih sering digunakan oeh anak muda saat ini” (Ananda, pelaku UMKM bidang fashion, personal communication, 28 april 2024).

“untuk produk saya membuat sendiri dan dijual melalui shopeefood dan grabfood karena di dua platform ini banyak diskon untuk sehari-hari dan itu menarik pembeli” (Lestari, pelaku UMKM bidang kuliner, personal communication, 28 april 2024).

Berdasarkan hasil wawancara penelitian ini, e-commerce yang sering digunakan untuk bidang fashion adalah 60% shopee, 20% tokopedia dan 20% lazada dan untuk bidang kuliner 50% shopeefood dan 50% grabfood.

Indonesia yang tergabung dalam Masyarakat Ekonomi Asean memberi manfaat yang sangat besar bagi para pelaku usaha. Jangkauan pasar yang lebih luas serta prosedur pemasaran yang lebih mudah menjadi salah satu keuntungan yang harus dimanfaatkan dengan baik. Salah satu alat untuk memanfaatkan MEA ini salah satunya adalah e-commerce. Manfaat dapat dirasakan jika para pelaku usaha terutama UMKM dapat menggunakan e-commerce secara bijak dan maksimal sehingga manfaat yang diperoleh pun maksimal selain jangkauan pasar yang lebih luas e-commerce juga mempermudah promosi dan pemasaran.

Manfaat dari adanya e-commerce adalah jangkauan pasar yang lebih luas. Sebagaimana disampaikan oleh beberapa responden sebagai berikut:

“kami sudah mengirim produk-produk kami ke lampung, kalimantan, dan sulawesi. Ya customernya tau dari internet dari situs jualan online” (Siti, pelaku UMKM bidang fashion, personal communication, 28 april 2024).

Pernyataan dari responden tersebut diatas dapat diketahui bahwa manfaat dari adanya e-commerce adalah jangkauan pasar yang lebih luas tanpa adanya batas. Selain itu prosedur pemasaran juga lebih mudah dilakukan bahkan mengirim produk hingga diluar pulau Jawa.

Pembahasan

Penelitian ini, ditemukan bahwa penggunaan e-commerce memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi digital UMKM di Daerah Gedong, Jakarta Timur. Responden yang terdiri dari pelaku UMKM di bidang kuliner dan fashion memiliki pengalaman positif dalam menggunakan e-commerce sebagai sarana jual beli dan promosi.

Dalam hal penggunaan e-commerce, responden menyebutkan preferensi penggunaan platform tertentu. Dalam bidang fashion, sebagian besar responden 60% menggunakan shopee, diikuti oleh 20% menggunakan tokopedia dan 20% menggunakan lazada. Sementara itu, dalam bidang kuliner, 50% responden menggunakan shopeefood dan 50% menggunakan grabfood. Alasan pemilihan platform tersebut antara lain karena popularitasnya di kalangan anak muda, diskon yang tersedia, dan kemudahan penggunaan.

Salah satu manfaat utama yang di hasilkan dari penggunaan e-commerce adalah jangkauan pasar yang lebih luas. Beberapa responden menyebutkan bahwa mereka telah berhasil mengirim produk-produk mereka ke berbagai wilayah di Indonesia, seperti Lampung, Kalimantan dan Sulawesi. Dengan adanya e-commerce, UMKM dapat mencapai konsumen yang berada di luar pulau jawa, sehingga potensi penjualan menjadi lebih besar.

Selain jangkauan pasar yang lebih luas, penggunaan e-commerce juga mempermudah prosedur pemasaran. UMKM dapat dengan mudah mempromosikan dan memasarkan produk mereka melalui platform e-commerce, yang memberikan akses kepada calon pembeli yang lebih luas. Hal ini memungkinkan UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan popularitas produk mereka.

Dalam konteks Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), kehadiran e-commerce memberikan peluang yang besar bagi para pelaku usaha, terutama UMKM. Dengan memanfaatkan e-commerce secara bijak dan maksimal, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka di dalam dan di luar negeri. Keuntungan lainnya adalah kemudahan dalam promosi dan pemasaran produk.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan e-commerce telah memberikan manfaat yang signifikan bagi pertumbuhan ekonomi digital UMKM di daerah Gedong, Jakarta Timur. Jangkauan pasar yang lebih luas dan kemudahan dalam pemasaran menjadi aspek kunci yang di temukan dalam penelitian ini.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat dan menyatukan teknologi digital dengan dunia usaha telah menghadirkan suatu konsep kewirausahaan teknologi digital yang terdiri dari berbagai agen pihak yang mengambil bagian inovasi kewirausahaan, dan penciptaan untuk membangun produk yang terhubung ke platform (Song, 2019).

Kebebasan berusaha menjadi salah satu faktor efisiensi regulasi mengenai bisnis yang meliputi beberapa hal, antara lain fleksibilitas dalam memulai usaha, menjalankan usaha, dan menutup usaha (Miller et al, 2021). Platform digital ini berfungsi sebagai perantara transaksi barang dan jasa serta juga media untuk pertukaran pengetahuan yang memungkinkan dan memfasilitasi eksperimen, inovasi kewirausahaan dan menciptakan nilai (Song, 2019)

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan e-commerce dapat menjadi katalisator penting dalam pertumbuhan ekonomi digital pada UMKM. Dengan memanfaatkan platform e-commerce dengan efektif, UMKM dapat memperluas jangkauan mereka, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat branding, dan menciptakan peluang kolaborasi yang berharga. Rekomendasi untuk penelitian lanjutan adalah menyelidiki tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi e-commerce dan mengidentifikasi strategi yang efektif untuk membantu UMKM dalam mengoptimalkan manfaatnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih pada semua pihak yang telah mendukung dan mengarahkan pelaksanaan penelitian. Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan penyusunan artikel ini, serta terimakasih bagi pengelola jurnal telah berkenan mendukung publikasi artikel kami.

DAFTAR PUSTAKA

- Dina Eka Ristianti, R. Y. (2023, september 1). Eksplorasi Dampak Pemanfaatan E-Commerce Pada Pertumbuhan Ekonomi Digital UMKM Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 13, 87-97.
- Lismula, R. J. (2022, juni 23). Analisis Pengaruh E-Commerce terhadap Perkembangan Usaha. *Journal of Finance and Business Digital (JFBD)*, 1, 107-118.
- Supriyanto, E. (2023, oktober 10). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan. *JURNAL MANAJEMEN SOSIAL EKONOMI (DINAMIKA)*, 3, 82-97.
- Christy, F. E. (2021, februari 23). *Jumlah UMKM di indonesia*. Retrieved from Tempo bicara fakta: <https://data.tempo.co/data/1111/jumlah-umkm-di-indonesia>
- Diky Perwira Ompusunggu, i. b. (2023, juli). Pemanfaatan e-commerce bagi UMKM para era industri 4.0. *Matriks jurnal sosial and sains*, 5, 115-120.
- Karyati, I. P. (2019, september 13). *E-commerce untu UMKM dan pertumbuhan ekonomi indonesia*. Retrieved from Pusdiklat keuangan umum: <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-keuangan-umum/berita/e-commerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-237095>
- Kondo, M. (2023, oktober 6). Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam. *Technomedia Journal (TMJ)*, 8, 221-234.
- Limanseto, H. (22, oktober 28). *Berperan Dalam Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Digital, Pemerintah Dorong Akselerasi Adopsi Teknologi Digital oleh UMKM*. Retrieved from KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4662/berperan-dalam-peningkatan-pertumbuhan-ekonomi-digital-pemerintah-dorong-akselerasi-adopsi-teknologi-digital-oleh-umkm>

- Ni Made Yulia Dewati Ayu, J. (2023, oktober). Pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia. *Jurnal ekonomi Trisakti*, 3, 2891-2899.
- Rosyad, D. K. (2019, september 18). Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Memanfaatkan E-Commerce untuk meningkatkan Minat Pembelian Konsumen Terhadap penjualan Bibit Ikan Di Desa Plosobuden Kec. Deket kab. Lamongan. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sains (SNasTekS)*, 1, 381-390.
- SARI, N. A. (2019, agustus 30). Pengaruh Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Umkm Di Kota Makassar. *Jurnal Skripsi Nurul Amalia Sari*, 11-17.
- Saroyo, D. P. (2023). Peran e-commerce dalam meningkatkan pendapatan UMKM. *economics business finance and entrepreneurship*, 20-26.