Brainy
Volume 5, No. 2, Bulan Desember 2024, Halaman. 112-114
ISSN 2962-4622

PERAN E-COMMARCE DALAM KEMAJUAN UMKM

Fajriyani Sangadji[1], M. Noval Ramadan P.[2]

[1,2]*Universitas Megarezky Makassar, Jl. Antang Raya, Makassar, Sulawesi Selatan 90234 Indonesia*

received: 18/12/2024; revised: 22/12/2024; accepted: 24/12/2024

ABSTRACT

Micro, small and medium enterprises (MSMEs) have an important role in improving the indonesian economy because they are productive and stand independently. Utilizing e-commerce is one solution that can support the development of MSMEs through marketing, distribution and online transactions. Based one statistical data in 2022, the number of e-commerce users in indonesia will reach 178.94 million out of a total population of 275.5 million people, and this figure continues to increase every year. This research aims to analyze the impact of the use of e-commerce on the development of MSMEs. This research uses descriptive methods and field research. The research results show that e-commerce technology plays a significant role in increasing the income of MSMEs, expanding consumer reach to local and global scales, and providing easy access for consumers from various regions. Thus, the use of e-commerce is an important strategy to support the sustainability and development of MSME businesses in the digital era.

***Keywords*:** *e-commerce; umkm*

ABSTRAK

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memilki peran penting dalam meningkatkan perekonomian Indonesia karena sifatnya yang produktif dan berdiri secara mandiri. Pemanfaatan e–commerce menjadi salah satu yang dapat mendukung pengembangan UMKM melalui pemasaran, pendistribusian, dan transaksi secara online. Berdasarkan data statistik pada tahun 2022, jumlah pengguna e–commerce di Indonesia mencapai 178,94 juta dari total populasi 275,5 juta jiwa, dan angka ini terus meningkat setiap tahunnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak pengguna e–commerce terhadap perkembangan UMKM. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan penelitian lapangan (*field research*). Hasil penelitian menunjukan bahwa teknologi e–commerce berperan signifikan dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM, memperluas jangkauan konsumen hingga ke skala lokal dan global, serta memberikan kemudahan akses bagi konsumen dari berbagai daerah. Dengan demikian, pemanfaatan e-commerce menjadi strategi penting untuk mendukung keberlanjutan dan perkembangan usaha UMKM di era digital.

Kata Kunci: e-commerce; umkm

* sangadjifajriyani@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era perubahan transformasi digital yang begitu cepat tentu saja sangat mempengaruhi gaya hidup sosial serta ekonomi yang ada di masyrakat. Ditambah lagi perubahan digital sangat cepat karena faktor adanya virus covid-19 yang membuat banyak kehidupan sosial masyarakat berubah, termaksud digitalisasi. Adanya pembatasan sosial membuat masyrakat berbondong-bondong beralih ke teknologi digital, baik itu pendidikan dan berbelanja, ditambah lagi adanya dukungan percepatan digitalisasai diindonesia yang didukung oleh pemerintah pusat. E-commarce sendiri hadir ditengah digitalisasi itu, dan mengubah gaya belanja yang ada dimasyrakat, sehingga para pengusaha UMKM pun harus ikut menawarkan barang jualan mereka di e-commarce. E-commerce merupakan aplikasi yang memanfaatkan jaringan internet sebagai wadah transaksi pemasaran, pembelian, distribusi produk secara online serta sarana untuk memperluas pangsa pasar demi meningkatkan keuntungan yang lebih tinggi. Penggunaan teknologi digital dalam UMKM bisa dilihat dalam banyaknya pelaku UMKM yang telah masuk ke e-commerce dan memanfaatkannya dengan baik.para pelaku UMKM juga harus mengubah metode usaha

mereka dari konvensional beralih ke internet guna memperluas jangkauan dagangan mereka ke para pelanggan.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kombinasi antara metode analisis deskriptif. Pendekatan eksploratif kualitatif di gunakan untuk mengidentifikasi dan memahami pengalaman langsung para pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform e-commerce. Penelitian ini melibatkan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM sebagai subjek utama untuk untuk mendapatkan data empiris tentang tantangan, peluang, dan pengaruh e-commerce terhadap keberlangsungan bisnis mereka. Sementara itu, metode deskriptif di gunakan untuk menggambarkan fenomena terkait dampak e-commerce terhadap UMKM berdasarkan data yang di peroleh dari berbagai sumber sekunder, seperti laporan resmi, publikasi media, dan dokumen – dokumen terkait. Kombinasi kedua metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran holistik mengenai kontribusi e-commerce dalam mendorong pertumbuhan UMKM serta dampaknya terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal. Penelitian ini mengandalkan pengumpulan data primer melalui wawancara dan data sekunder yang relevan untuk mendukung analisis ini di harapkan dapat memberikan wawasan komprehensif terkait strategi optimal untuk memajukan UMKM melalui pemanfaatan e-commerce.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaku UMKM juga perlu memafaatkan e-commerce dengan maksimal seperti menggunakan untuk kegiatan pemsaran produk yang dibuat. Promosi serta jual beli di e-commerce tidak membutuhkan biaya yang besar pelaku UMKM hanya memanfaatkan internet yang tersedia dan pelaku UMKM sudah dapat memasarkan dan mempromosikan produknya. Revolusi bisnis di era ekoonomi digital terjadi ketika konsumen saat ini bisa mengakses berbagai kebutuhan barang dan jasa dalam satu genggaman. melalui teknologi digital, pelaku bisnis bisa memanfaatkan informasi mengenai konsumen yang sulit didapatkan apabila masih melakukan cara tradisional. Pelaku usaha bisa mendapatkan data yang berisi kebiasaan konsumen terhadap produknya sehingga bisa membaca pola perkembangan produk serta peningkatan kualitas produk dan layanan. Jumlah pengguna e-commarce di Indonesia mencapai 46,7juta jiwa pada tahun 2024,dari perkembangan yang pesat ini para UMKM harus juga bisa tumbuh didalam e-commarce melihat jumlah pasar dan konsumen yang sangat banyak.

Shopee salah satu e-commarce yang mendukung dalam kemajuan UMKM membuka program mengajar untuk UMKM yaitu KAMPUS SHOPEE. SHOPEE membuka 10 kampus UMKM, untuk mendukung kemajuan UMKM dalam mengelola usaha mereka agar lebih baik dalam mengembangkan bisnisnya serta di ajarkan juga cara ekspor barang lewat e-commarce mereka, mereka juga diajarkan bagaimana membangun bisnisnya di dalam e-commarce.

Gojek juga salah satu e-commarce yang turut membantu UMKM dalam layanan GO-MART dan GO-FOOD mereka. Gojek membuat program GO-JEK WIRAUSAHA yang Dimana tujuan didirikanya yaitu program Latihan berbisnis untuk UMKM di

bidang kuliner guna memperluas skala bisnis atau usaha mereka melalui teknologi. GO-JEK WIRAUSAHA ini dilakukan pada tahun 2018 dibeberapa kota yaitu tanggerang, depok, bogor dan bandung. Gojek juga pernah membuat pelatihan dikota makassar untuk UMKM rumahan dalam membantu ekonomi UMKM rumahan meningkatkan hasil penjualan mereka. Didalam pelatihan mereka di makassar gojek sangat serius dalam membantu UMKM rumahan untuk mengembangkan bisnis kuliner mereka, para UMKM diberikan pemahaman seputar pengembangan bisnis kuliner di era digital.

Para pengusaha UMKM juga yang melakukan pemasaran di e-commarce sangat merasakan banyak dampak positifnya. Salah satu brand apparel baju rooster lads dan foot in peace bnyak merasakan dampaknya setelah melakukan pemasaran di e-commarce segi pemasaran yang bisa lebih menjangkau banyak konsumen serta penjualan yang lebih meningkat di penjualan e-commarce.

Ada juga UMKM kuliner yang ikut memasarkan jualan mereka di e-commarce seperti gojek yang memiliki fitur atau layanan Gofood. Dimana para pebisnis UMKM kuliner sangat terbantu atau merasakan juga dampak positif dari tren pemasaran digital seperti e-commarce. Terlebih pada saat covid-19 dimana terjadinya pembatsan sosial sehingga para customer lebih memilih layanan online dari e-commarce. Salah satu UMKM kuliner yang merasakan dampak bagus atau penjualan nya sangat baik yaitu ayam geprek mama wati, Dimana UMKM ini dia mulai pada saat covid-19 karena terjadinya PHK di kantor tempat dia dulu bekerja, sehingga memutuskan untuk memulai bisnis UMKM kulinernya, Dimana pemasarannya dia tempatkan di layanan Gofood.

Pebisnis UMKM sangat terbantu dengan adanya e-commarce dalam membantu menjualkan produk mereka dan menjangkau konsumen yang lebih luas, serta e-commarce juga menunjukkan keseriusan nya dalam membantu pengembangan UMKM lewat beberapa program yang mereka miliki.

KESIMPULAN

Pengaruh dunia digital terhadap kehidupan sosial dan pengembangan bisnis, khususnya UMKM, sangatlah signifikan. Kehadiran e-commerce memberikan banyak keuntungan bagi UMKM, seperti kemudahan akses untuk konsumen, peningkatan penjualan, dan perluasan jangkauan pasar. Transformasi digital yang cepat semakin mendukung perkembangan ini, memberikan peluang besar bagi UMKM untuk lebih kompetitif di pasar global. Para pelaku UMKM merasakan manfaat nyata dari e-commerce dalam memperluas skala usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Paramitasari Saroyo, Dorry. 2023. Peran e-commarce dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM. Economics Business Finance and Entrepremuership.

https://www.gojek.com/blog/gojek/go-food-festival-makassar. Di akses 23 April 2024. Jam 09.27 WITA

https://www.gojek.com/blog/gojek/go-jek-wirausaha-Bandung. Di akses 23 April 2024 Jam 09.29 WITA

https://seller.shopee.co.id/edu/article/8015/Kampus-UMKM-Shopee-Ekspor. Di Akses 2024 jam 09.23 WITA