

UMKM dan E-Commerce Pada Teknologi

Moch Rifqi Shihabuddin Al Ubaidillah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945

Email: pikok221@gmail.com

M Juniar Fajrus Shalah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945

Email: mjuniar91@gmail.com

Muhammad Yasin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945

Email: yasin@untag-sby.ac.id

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur 6018

Korespondensi Penulis : pikok221@gmail.com

Abstract. *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in the economies of many countries, including Indonesia. Along with the development of information and communication technology, e-commerce has become a crucial platform for MSMEs to expand markets, increase operational efficiency and increase competitiveness. This study examines the impact of e-commerce adoption on MSME performance, with a focus on increasing market access, reducing operational costs, and increasing product and service innovation. The research methodology includes a literature review, secondary data analysis, and case studies of MSMEs that have successfully implemented e-commerce. The research results show that e-commerce provides significant benefits for MSMEs, such as increased sales and efficiency, but also reveals challenges such as the need for increased digital capacity and adequate technological infrastructure. This research concludes that government support and collaboration with the private sector are needed to optimize the potential of e-commerce in empowering MSMEs in the digital era.*

Keywords: *E-commerce, Economy, Information and Communication Technology*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian banyak negara, termasuk Indonesia. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, e-commerce telah menjadi platform yang krusial bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing. Studi ini mengkaji dampak adopsi e-commerce terhadap kinerja UMKM, dengan fokus pada peningkatan akses pasar, pengurangan biaya operasional, dan peningkatan inovasi produk serta layanan. Metodologi penelitian mencakup tinjauan literatur, analisis data sekunder, dan studi kasus UMKM yang berhasil mengimplementasikan e-commerce. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce memberikan keuntungan signifikan bagi UMKM, seperti peningkatan penjualan dan efisiensi, namun juga mengungkap tantangan seperti kebutuhan akan peningkatan kapasitas digital dan infrastruktur teknologi yang memadai. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dukungan pemerintah dan kolaborasi dengan sektor swasta diperlukan untuk mengoptimalkan potensi e-commerce dalam memberdayakan UMKM di era digital.

Kata kunci : E-commerce, Perekonomian, Teknologi Informasi dan Komunikasi

PENDAHULUAN

E-commerce dan teknologi merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM dalam menggunakan teknologi dan e-commerce antara

lain kekurangan pemahaman tentang teknologi, talenta, dan toleransi, rendahnya kesadaran berinovasi, serta kurangnya pengetahuan tentang cara memasarkan dan mempromosikan barang secara online.

Penerapan e-commerce pada UMKM memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap meningkatnya kinerja pemasaran pada UMKM. E-commerce memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan teknologi, membuat keputusan bisnis yang tepat, dan mengurangi biaya transaksi, operasional, dan marketing.

Indonesia, sebagai negara berkembang dengan potensi sumber daya alam yang melimpah, memiliki peluang besar untuk mengembangkan sektor industri yang berkelanjutan. Namun, tantangan besar juga muncul seiring dengan ambisi untuk meningkatkan kontribusi industri terhadap pembangunan nasional, sambil menjaga keseimbangan ekologis dan keadilan sosial. Dalam konteks inilah, pentingnya investasi dalam penguatan industrialisasi yang berkelanjutan menjadi semakin mendesak. Investasi bukan hanya dalam hal pengembangan infrastruktur dan teknologi, tetapi juga dalam pembentukan kebijakan yang mendukung transformasi industri menuju praktik yang lebih berkelanjutan.

Peran E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM

E-commerce memiliki peran yang signifikan dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. Dengan memanfaatkan e-commerce, UMKM dapat mengakses pasar yang lebih luas dan berpotensi menarik lebih banyak pelanggan. Pemanfaatan e-commerce bagi usaha kecil dan menengah diharapkan dapat meningkatkan daya saingnya.

Manfaat dari digunakannya E-Commerce ini adalah dapat menekan biaya barang dan jasa, serta dapat meningkatkan kepuasan konsumen sepanjang yang menyangkut kecepatan untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik sesuai dengan harganya. Order cycle sebuah bisnis yang tadinya memakan waktu 30 hari, waktunya bisa dipercepat yakni bisa 5 hari saja.

Potensi UMKM di Indonesia sangat besar, dan pemanfaatan e-commerce dapat meningkatkan pendapatan dan aset, memperluas produksi, memudahkan pemasaran dan promosi, serta memperluas jangkauan pasar. Namun terdapat tantangan yang dihadapi UMKM dalam memanfaatkan e-commerce. Seperti terbatasnya akses terhadap pasar domestik dan internasional, keterampilan dan biaya-biaya.

E-commerce juga bisa membantu UMKM untuk melakukan penetrasi pasar ekspor yang dapat meningkatkan pendapatan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. Namun masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan e-commerce, dan pemerintah berupaya mendorong UMKM untuk menggunakan e-commerce melalui kebijakan dan peraturan.

Peran UMKM Dalam Perekonomian di Indonesia

Usaha mikro atau kecil dan menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha yang memiliki proporsi dan kontribusi cukup besar di Indonesia. Selain itu, keunggulan kelompok perusahaan ini adalah sudah terbukti tahan terhadap berbagai jenis guncangan ekonomi. Oleh karena itu sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Kriteria usaha pada UMKM telah diatur dalam kerangka perundang undangan. UMKM mempunyai kontribusi atau peran yang cukup penting, yaitu memperluas lapangan kerja dan kesempatan kerja. Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB). Penyediaan jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif.

Hambatan-Hambatan Pelaku UMKM

Meskipun usaha mikro, kecil, dan menengah telah terbukti berperan dalam perekonomian nasional, namun masih banyak kendala dan kendala yang dihadapi baik secara internal maupun eksternal. Sebagai usaha yang ruang lingkup usahanya dan anggotanya (biasanya) perorangan kecil, dengan modal terbatas dan kemampuan manajemen terbatas, UMKM sangat rentan terhadap permasalahan perekonomian. Berikut Hambatan pemasaran produk UMKM melalui e-commerce adalah:

1. Kurangnya pengetahuan dan pemanfaatan teknologi: Pelaku UMKM masih memiliki tingkat pengetahuan yang cukup rendah mengenai teknologi sehingga sulit memanfaatkan e-commerce sebagai alat pemasaran
2. Kendala permodalan: Banyak UMKM yang masih memiliki keterbatasan modal sehingga sulit mengembangkan dan memasarkan produknya melalui e-commerce
3. Kesulitan menghadapi persaingan: Di era digital, persaingan yang ketat dapat menyulitkan UMKM untuk mengembangkan dan meningkatkan penjualan produknya melalui e-commerce

4. Kesulitan dalam mengembangkan keterampilan digital: Tingkat keterampilan digital masyarakat Indonesia masih terbatas pada tingkat dasar, sehingga menyulitkan UMKM untuk mengembangkan dan memanfaatkan e-commerce sebagai alat pemasaran
5. Kesulitan mengikuti tren pasar: Di era digital, perubahan yang cukup besar menyulitkan pelaku UMKM untuk mengikuti tren pasar dan menyesuaikan strategi pemasarannya
6. Kesulitan dalam menghadapi peraturan pemerintah: Pemerintah Indonesia mempunyai kecenderungan untuk mengubah peraturan secara tiba-tiba sehingga menyulitkan UMKM untuk berkembang dan meningkatkan penjualan produknya melalui perdagangan elektronik
7. Kesulitan mengatasi hambatan infrastruktur: Kurangnya infrastruktur dan teknologi TI, terutama di pedesaan, menyulitkan UMKM untuk memperluas dan meningkatkan penjualan produk melalui e-commerce.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini akan membahas peran penting e-commerce dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Indonesia. E-commerce memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dan menarik lebih banyak pelanggan dengan biaya yang lebih efisien. Namun, masih ada banyak hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memanfaatkan e-commerce, seperti kurangnya pengetahuan tentang teknologi, kendala permodalan, kesulitan menghadapi persaingan, kesulitan dalam mengembangkan keterampilan digital, kesulitan mengikuti tren pasar, kesulitan dalam menghadapi peraturan pemerintah, dan kesulitan mengatasi hambatan infrastruktur.

Dengan potensi UMKM yang besar di Indonesia, pemanfaatan e-commerce dapat meningkatkan pendapatan, memperluas produksi, memudahkan pemasaran dan promosi, serta memperluas jangkauan pasar. Strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM untuk menggunakan e-commerce termasuk menggunakan marketplace, mengoptimalkan teknologi, dan memanfaatkan media sosial. Dukungan pemerintah dalam mendorong penggunaan e-commerce oleh UMKM juga menjadi kunci penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, R., & Kurniawan, D. (2020). Implementasi e-commerce dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mewujudkan less cash society. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 89-102. <https://syariah.uinsaid.ac.id/peran-e-commerce-pengembangan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-mewujudkan-less-cash-society/>
- Eprints Binadarma. (n.d.). *Jurnal.pdf*. Diakses dari <http://eprints.binadarma.ac.id/3055/1/JURNAL.pdf>
- Jurnal.id. (n.d.). Pengertian, jenis, dan perkembangan UMKM di Indonesia. Diakses dari <https://www.jurnal.id/id/blog/pengertian-jenis-dan-perkembangan-umkm-di-indonesia/>
- Kompas.com. (2019, 20 Desember). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia. *Kompas.com*. Diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia?page=all#:~:text=Dilansir%20dari%20situs%20Bappenas%2C%20di,untuk%20menjalankan%20kegiatan%20ekonomi%20produktif.>
- Proceedings UMS. (n.d.). Peningkatan efisiensi operasional UMKM melalui adopsi e-commerce: Studi kasus di Indonesia. *Proceedings of the Conference on Economics, Business, Finance, and Entrepreneurship (EBFELEPMA)*, 1-15. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/ebfelepma/article/download/3011/2970/3050>
- Undiksha Repository. (n.d.). BAB 1 PENDAHULUAN.pdf. Diakses dari <https://repo.undiksha.ac.id/8525/3/1717051336-BAB%201%20PENDAHULUAN.pdf>
- Universitas Bina Nusantara. (2020, November). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia. *Binus.ac.id*. Diakses dari <https://binus.ac.id/bandung/2020/11/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia/>