

Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kota Medan

Budi Dharma¹, Nur Ainun Fadillah², Nurul annisa³

Email : budidharma@uinsu.ac.id, nurainuninun5@gmail.com , na0940182@gmail.com

ABSTRAK

Seperti yang kita ketahui bersama, kemajuan teknologi dan informasi yang terus menerus mendorong individu untuk semakin mengenal dan selalu terkoneksi dengan internet. Ecommerce adalah salah satunya. Tidak hanya korporasi, tetapi juga UKM mendapat manfaat dari e-commerce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh adopsi E-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Medan. Pendekatan penelitian deskriptif kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Like digunakan dalam penelitian ini. Pengumpulan data sekunder dengan jurnal, berita, dan pengumuman pemerintah yang dievaluasi dan didiskusikan dalam debat. Berdasarkan temuan studi, penggunaan E-commerce dapat mendongkrak pendapatan UMKM di kota Medan karena salah satu manfaat yang dirasakan pelaku UMKM di kota Medan dari E-commerce adalah mempermudah pelaku UMKM. untuk mempromosikan dan mengiklankan produk mereka. UMKM di Medan mengapresiasi bahwa dengan menggunakan E-commerce, perusahaan mereka akan lebih mudah dikenal oleh banyak orang tanpa harus mengeluarkan biaya promosi/iklan yang besar. Selain itu, para pelaku UMKM menyadari kebutuhan untuk tetap mengikuti perkembangan dunia yang semakin kontemporer. Adanya e-commerce mendorong pelaku UMKM dan meningkatkan pendapatan UMKM di kota Medan.

Kata kunci : Dampak penggunaan, UMKM, E-commerce

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seperti kita ketahui, merupakan konsep yang sangat baik untuk meningkatkan perekonomian di beberapa daerah. UMKM hadir untuk mendorong kemandirian dan daya saing dengan memanfaatkan skala ekonomi.

UMKM juga dipekerjakan untuk meningkatkan ekonomi dengan memerangi kemiskinan dan meningkatkan lapangan kerja (Anonim, 2015). UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara, karena mereka dapat memberikan kontribusi 96,9% dari total pasokan tenaga kerja dan 60,34% dari produk domestik bruto (PDB).

Pelaku UMKM harus siap menghadapi persaingan dagang yang kuat dan permasalahan global di era globalisasi saat ini. Contohnya termasuk meningkatkan orisinalitas produk dan layanan, meningkatkan sumber daya manusia dan teknologi, dan kemudian memperluas pemasaran.

Salah satu strategi untuk membantu memperkuat UMKM adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi, khususnya sistem E-commerce. Manfaat utama merangkul E-commerce adalah peningkatan kapasitas untuk menerima umpan balik dari klien dengan cepat; selain itu, dapat menghemat biaya pemasaran.

Di Indonesia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan platform pemasaran digital e-commerce lainnya saat ini sedang mendapatkan daya tarik. (Alfin, 2021) Pemasaran e-commerce adalah opsi yang dapat dilakukan oleh UMKM. Mendekati era 4.0, UMKM, khususnya yang ada di Medan, harus meningkatkan daya saing melalui penggunaan platform digital. Meskipun demikian, tidak jelas bagaimana para pelaku UMKM menggunakan e-commerce atau apakah itu berperan dalam meningkatkan pendapatan UMKM. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dampak e-commerce terhadap peningkatan pendapatan UMKM di kota Medan.

KAJIAN TEORI

E-commerce

Menurut Kusbandono dan Rosyad, pengertian E-commerce meliputi kegiatan jual beli dengan tujuan mencari keuntungan, seperti penjualan, pembelian, jasa, informasi, dan perdagangan melalui perantara, yaitu jaringan komputer, khususnya internet. Menurut (Kasmi &

Candra, 2017), E-commerce adalah rangkaian media jual beli jasa atau produk antara dua pihak melalui internet, serta mekanisme bisnis yang berfokus pada transaksi bisnis antar individu, dengan menggunakan internet sebagai media komunikasi dalam melakukan penjualan tersebut. E-commerce mengacu pada proses pembelian dan penjualan barang atau layanan jaringan data elektronik melalui internet dan World Wide Web.(Grandon dan Pearson, 2004).

Keunggulan E-commerce

1. Efisien, dengan memanfaatkan e-commerce, bisnis dapat mencapai penghematan biaya overhead yang signifikan. Perusahaan yang memanfaatkan e-commerce untuk memasarkan produknya tidak lagi mencetak katalog produk. Perusahaan hanya perlu mengunggah katalog produk melalui platform e-commerce mereka.
2. Layanan e-commerce yang menggunakan internet dapat efektif ditawarkan 24 jam sehari, sehingga memudahkan pelaku usaha untuk melakukan perlindungan atas transaksi penjualannya. (Achari, 2000).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM adalah perusahaan yang dimiliki oleh orang atau badan usaha perorangan yang dapat mengembangkan produk dan memainkan peran penting dalam pengadaan tenaga kerja untuk suatu negara. UMKM merupakan pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia, dan telah terbukti menjadi sumber ketahanan perekonomian nasional di masa krisis, sekaligus sebagai mesin dinamis pemulihan ekonomi pasca krisis ekonomi. (Paulus Irawan) Kestriilia Rega Priianti, Lucky Tirma 2020).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif untuk menggambarkan fenomena, data, dan penelitian sebelumnya sebelum menarik kesimpulan dari kesulitan saat ini. Tujuan dari jenis penelitian ini adalah untuk mengkarakterisasi situasi dengan lebih tepat dan jelas berdasarkan fakta. Data sekunder dikumpulkan, dengan jurnal, berita, dan pengumuman resmi ditinjau dan didiskusikan dalam debat.

Hasil dan Pembahasan

**Tabel 1 Jumlah UMKM di Kota Medan Tahun
2017-2020**

No	Jenis Usaha	Jumlah Unit			
		2017	2018	2019	2020
1	Usaha Mikro	1497	1480	918	890
2	Usaha Kecil	109	112	113	103
3	Usaha Menengah	57	72	41	47
Total		1.663	1.664	1.072	1.040

Sumber: Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan, 2021

Dari tabel diatas dapat disimpulkan pada jenis usaha mikro jumlah unit di tahun 2017 sebesar 1.497 , di tahun 2018 sebesar 1.480, di tahun 2019 sebesar 918 dan di tahun 2020 sebesar 890. Kemudian di jenis usaha kecil jumlah unit di tahun 2017 sebesar 109, di tahun 2018 sebesar 112, ditahun 2019 sebesar 113 dan di tahun 2020 sebesar 103. Dan yang terakhir jenis usaha menengah jumlah unit di tahun 2017 sebesar 57, di tahun 2018 sebesar 72 dan sebesar 2019 sebesar 41. Total jumlah usaha UMKM di tahun 2017 sebesar 1.663 , ditahun 2018 sebesar 1.664, di tahun 2019 sebesar 1.072 dan di tahun 2020 sebesar 1.040. Jadi jumlah usaha UMKM yang meningkat terjadi pada tahun 2018.

Dalam lingkungan bisnis saat ini, penggunaan e-commerce diperlukan karena kemajuan perusahaan yang kompleks, persaingan bisnis yang ketat, dan rintangan di seluruh dunia yang mengarah pada pemrosesan ide dan tindakan serta memiliki rasa daya cipta yang tinggi. Jika sektor korporasi dapat memanfaatkan e-commerce atau pemasaran digital dengan benar, maka akan terlihat pengaruh yang menguntungkan.

Pada dasarnya, E-commerce harus mampu menstimulasi dan memberikan kontribusi yang substansial pada lingkungan komersial, yang penuh dengan saingan. Perusahaan yang dapat berkembang, tetap stabil, dan hidup dalam tren yang terus meningkat adalah perusahaan yang dapat memahami kemajuan teknologi dalam operasi komersialnya. Penggunaan e-commerce adalah jenis adaptasi teknologi yang digunakan untuk mendistribusikan barang ke beberapa lokasi dan bagian pasar, baik nasional maupun dunia. Penyebaran e-commerce memerlukan pendekatan yang tepat, seperti ketersediaan sumber daya manusia yang mampu menyelaraskan dengan

pasokan gadget teknis yang dapat diandalkan. Telah menciptakan sistem informasi yang terorganisir dengan baik.

Percepatan mekanisme transaksi dan pelayanan yang singkat dan aman, serta memiliki kepentingan yang baik dengan pemangku kepentingan secara berurutan, akan mampu mendongkrak daya saing perusahaan. Keinginan dan kebutuhan konsumen berbeda, dan harus diakui bahwa tidak ada perusahaan yang dapat memenuhi semua keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam mendirikan perusahaan yang berperan sebagai pencipta barang, sudah pasti hasil produksinya harus dapat dijual kepada pelanggan, yang kemudian diantisipasi untuk mendapatkan imbalan berupa keuntungan.

Tahapan pemasaran dalam suatu perusahaan harus dikoordinasikan dengan perubahan barang, pasar, dan saingan yang dapat melacak siklus hidup produk. Sudah menjadi keharusan bagi UMKM, khususnya yang bergerak di bidang usaha kreatif makanan dan minuman atau kuliner, khususnya di kota Medan, untuk menggunakan sistem e-commerce dalam rencana pemasarannya, sehingga dapat menjangkau klien baik lokal maupun lokal. di seluruh dunia.

Salah satu keuntungan utama yang dilihat UKM di Medan dari E-commerce adalah mempermudah mereka dalam mengiklankan dan menjual produknya. Para pelaku UMKM di Medan menyadari bahwa perusahaan E-commerce mereka akan lebih mudah dikenali oleh banyak orang tanpa harus mengeluarkan biaya promosi/iklan yang mahal. Selain itu, para pelaku UMKM menyadari kebutuhan untuk tetap mengikuti perkembangan dunia yang semakin kontemporer.

Pengaruh lain yang dimiliki bisnis UMKM terhadap E-commerce adalah mereka dapat membangun merek, lebih dekat dengan klien, dan meningkatkan komunikasi lebih cepat dengan pelanggan, sehingga memudahkan pelanggan untuk lebih puas dengan layanan mereka. Inilah yang telah meningkatkan pendapatan UMKM sejak merangkul e-commerce sebagai saluran bisnis.

Kesimpulan

UMKM juga dipekerjakan untuk meningkatkan ekonomi dengan memerangi kemiskinan dan meningkatkan lapangan kerja (Anonim, 2015). UMKM memainkan peran penting dalam menopang perekonomian suatu negara, terhitung 96,9% dari total pasokan tenaga kerja dan 60,34% dari produk domestik bruto (PDB). Pelaku UMKM harus mampu bersaing baik dalam perdagangan maupun pasar global di zaman sekarang ini. Contohnya termasuk meningkatkan

orisinalitas produk dan layanan, meningkatkan sumber daya manusia dan teknologi, dan kemudian memperluas pemasaran.

Salah satu strategi untuk membantu memperkuat UMKM adalah dengan memanfaatkan teknologi informasi, khususnya sistem E-commerce. Manfaat utama merangkul E-commerce adalah peningkatan kapasitas untuk menerima umpan balik dari klien dengan cepat; selain itu, dapat menghemat biaya pemasaran. Berdasarkan perdebatan dan penelitian tentang pengaruh e-commerce terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM, jumlah usaha naik menjadi 1.664 pada tahun 2018. Salah satu keunggulan utama yang dilihat pelaku UMKM di Medan dari E-commerce adalah mempermudah mereka untuk mengiklankan dan memasarkan produk mereka.

Daftar Pustaka

- Poluan., Firna M. A., Silvy, L.M, & Imelda W.J. O. (2019).
Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada Minuman Kesehatan Instant Alvero) Marketing Mix Strategy in Increasing Sales Volume (Study on Alvero Instant Health Drinks). Jurnal EMBA 7, (3), 2969–78
- Andriyanto, Irsad. (2018). Penguatan Daya Saing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah melalui E-commerce. Jurnal bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 6. No. 2, Desember 2018.
- Hafni,R dan Rozal, A. (2017). Analisis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Indonesia. Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
- Mursid. M (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara
- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta Amin, Muslim. (2016/. Internet banking service quality and its implication on e-commerce satisfaction and e-customer loyalty. Internationnal Journal of Bank Marketing Vol. 34Iss 3 pp. 280-306.
- Arifianto, E. Y., & Coiri, M. (2018). Pemanfaatan E-commerce Dalam Pembelajaran Manajemen Usaha Kecil Dan Menengah. Jurnal Komunikasi Pendidikan, 2(1), 77. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2il.67>
- Hanny, R., Syah, A., & Afrinawati , A. (2018). Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Kota Padang. JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam), 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>