

Optimalisasi Pemanfaatan E-Commerce dalam Pengembangan Bisnis UMKM

Optimizing the Utilization of E-Commerce in MSME Business Development

Benardi ^{1*}, Ranti Karlaili ²

^{1,2} STIE Kasih Bangsa, Indonesia

Alamat: 8, Jl. Dr.Kasih No.1, RT.8/RW.1, Kb. Jeruk, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 11530

Korespondensi email: benardi@stiekasihbangsa.ac.id

Article History:

Received: 01 Desember 2022

Revised: 18 Desember 2022

Accepted: 29 Desember 2022

Published: 30 Desember 2022

Keywords: E-commerce, MSMEs,
Digitalization, Digital Literacy

Abstract. *The development of digital technology has brought significant changes in how businesses are conducted, especially in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector. E-commerce has become a key tool for MSMEs to expand their market reach and improve operational efficiency. This seminar discusses the importance of leveraging e-commerce for MSME development in Indonesia, highlighting the potential of digital platforms like social media to enhance market reach and business efficiency. However, challenges such as low digital literacy and inadequate infrastructure remain major barriers to adopting this technology, particularly in rural areas. The seminar results indicate that synergy between the government, private sector, and society is needed to overcome these challenges and support MSMEs in utilizing digital technology for sustainable growth.*

Abstrak.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara bisnis dijalankan, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). E-commerce menjadi salah satu alat utama bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Seminar ini membahas pentingnya pemanfaatan e-commerce untuk pengembangan UMKM di Indonesia, menyoroti potensi platform digital seperti media sosial dalam meningkatkan jangkauan pasar dan efisiensi bisnis. Namun, tantangan seperti literasi digital yang rendah dan infrastruktur yang tidak memadai masih menjadi hambatan utama bagi adopsi teknologi ini, terutama di daerah pedesaan. Hasil seminar menunjukkan bahwa diperlukan sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat untuk mengatasi tantangan ini dan mendukung UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata kunci: E-commerce, UMKM, Digitalisasi, Literasi Digital

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara bisnis dijalankan, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era digital ini, e-commerce telah menjadi salah satu alat utama bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka dan meningkatkan efisiensi operasional. Platform digital dan media sosial telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode tradisional. E-commerce memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar global tanpa perlu investasi besar dalam bentuk toko fisik atau modal besar (Rizal & Ruslaini, 2021). Praktik-praktik berkelanjutan yang diadopsi oleh

UMKM, termasuk penggunaan teknologi digital, dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional dengan memperkuat daya saing dan meningkatkan efisiensi operasional (Ruslaini, 2021).

Penggunaan e-commerce telah memicu munculnya profesi baru yang berorientasi digital, seperti manajer media sosial, spesialis SEO, dan digital marketer. Profesi-profesi ini berperan penting dalam membantu UMKM memaksimalkan potensi mereka di pasar digital. Meskipun e-commerce menawarkan banyak keuntungan seperti jangkauan pasar yang lebih luas, komunikasi yang lebih sederhana melalui email atau WhatsApp, dan pengurangan kebutuhan investasi besar, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi. Tantangan ini termasuk literasi digital yang rendah di kalangan pelaku UMKM, infrastruktur yang belum memadai, dan kesenjangan generasi yang menghambat adopsi teknologi baru, demikian disampaikan oleh narasumber Bp. Ismir Eka Wijaya Putra. Seperti yang diungkapkan Rizal, Ruslaini, dan Kusnanto (2022), bahwa peran regulasi menjadi sangat penting dalam mendorong adopsi teknologi baru seperti cloud computing, yang telah terbukti meningkatkan efisiensi dan fleksibilitas bisnis UMKM di DKI Jakarta.

Narasumber Bp. Tubagus Arief Aditya menyampaikan bahwa optimalisasi e-commerce juga sangat penting untuk pengembangan ekonomi. Transformasi digital dapat meningkatkan pemanfaatan Dana Desa secara optimal dan mendorong pembangunan ekonomi yang lebih merata. Namun, terdapat hambatan seperti keterbatasan infrastruktur dan sumber daya manusia yang perlu ditangani untuk mencapai digitalisasi yang efektif. Menurut Ruslaini (2021), strategi pengembangan yang komprehensif, termasuk peningkatan literasi digital dan pembangunan infrastruktur yang memadai, sangat diperlukan untuk mendukung pengembangan e-commerce di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini akan membantu UMKM untuk bersaing di pasar global dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif. Untuk memaksimalkan potensi e-commerce sebagai alat pengembangan UMKM, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan pemangku kepentingan lainnya dalam menciptakan ekosistem digital yang mendukung. Selain itu, peningkatan literasi digital dan penyediaan infrastruktur yang memadai harus menjadi prioritas untuk memastikan bahwa semua UMKM, baik di daerah perkotaan maupun pedesaan, dapat memanfaatkan teknologi digital untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

2. METODE

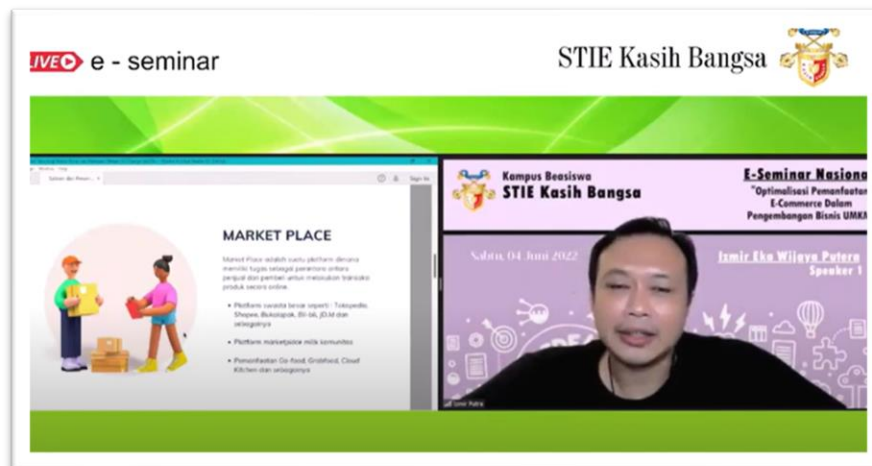
Seminar Nasional yang diselenggarakan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Kasih Bangsa dalam bentuk webinar ini membahas tentang optimalisasi e-commerce untuk pengembangan UMKM. Metode pelaksanaan seminar ini meliputi beberapa tahapan yaitu :

a. Perencanaan dan Persiapan Seminar :

Seminar ini dimulai dengan perencanaan topik yang relevan dengan kebutuhan pengembangan UMKM di era digital. Para pembicara yaitu Bp. Ismir Eka Wijaya Putra dan Bp. Tubagus Arief Aditya, dipilih berdasarkan keahlian mereka dalam bidang digitalisasi dan e-commerce. Strategi pemasaran seminar dilakukan melalui media sosial dan email untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk pelaku UMKM, akademisi, dan pemerintah.

b. Pelaksanaan Seminar :

Seminar ini dilaksanakan melalui platform Zoom Meeting yang memungkinkan interaksi langsung antara pembicara dan peserta. Setiap pembicara diberikan waktu 30 menit untuk menyampaikan materi mereka, yang mencakup pentingnya e-commerce dalam pengembangan UMKM, manfaat digitalisasi, dan tantangan yang dihadapi dalam penerapan teknologi digital. Sesi ini juga dilengkapi dengan sesi tanya jawab untuk memungkinkan peserta mendapatkan wawasan lebih lanjut dari para ahli.



Gambar 1. Pelaksanaan Webinar

c. Diskusi dan Studi Kasus :

Seminar ini juga menampilkan diskusi panel dan presentasi studi kasus yang menggambarkan bagaimana e-commerce telah mengubah kebiasaan masyarakat dan cara berbisnis di Indonesia. Diskusi ini mencakup strategi untuk mengatasi tantangan

seperti kesenjangan generasi dalam adopsi teknologi dan pentingnya pengembangan sumber daya manusia serta infrastruktur untuk mendukung digitalisasi.

d. Penyerahan Sertifikat kepada Narasumber :

Setelah kegiatan seminar selesai, sertifikat penghargaan diserahkan kepada para narasumber sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi mereka dalam berbagi pengetahuan dan pengalaman berharga. Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pembicara, moderator dan panitia atas partisipasi dan komitmen mereka dalam mendukung pengembangan UMKM melalui pemanfaatan e-commerce. Undangan untuk bergabung pada sesi seminar berikutnya yang akan membahas topik menarik lainnya seputar inovasi digital dan strategi bisnis berkelanjutan, juga disampaikan sebagai bentuk jalinan kerja sama untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari seminar ini menunjukkan bahwa e-commerce memiliki potensi besar untuk mengembangkan UMKM di Indonesia, terutama dalam hal memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Salah satu temuan utama adalah pentingnya pemanfaatan platform digital seperti Facebook, Google ES, dan TikTok untuk mendorong pertumbuhan bisnis melalui social commerce. Social commerce, yang melibatkan pembelian dan penjualan melalui media sosial, telah menunjukkan peningkatan signifikan, dengan nilai transaksi mencapai miliaran setiap bulan. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai pasar potensial yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif.

Namun, seminar ini juga mengungkapkan beberapa tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi e-commerce. Salah satu tantangan terbesar adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama di daerah pedesaan. Banyak pelaku UMKM yang masih belum terbiasa dengan penggunaan teknologi digital dan tidak memiliki akses yang memadai terhadap infrastruktur digital. Untuk mengatasi tantangan ini, seminar ini menyoroti pentingnya inisiatif pemerintah untuk meningkatkan literasi digital dan membangun infrastruktur yang memadai di seluruh wilayah Indonesia. Sebagai contoh, program pelatihan literasi digital yang komprehensif dan berkelanjutan dapat membantu UMKM memahami cara menggunakan teknologi e-commerce secara efektif untuk mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, pembangunan infrastruktur internet di daerah juga diperlukan untuk memastikan bahwa semua pelaku UMKM memiliki akses yang sama terhadap peluang digital.

Selain itu, seminar ini juga membahas perubahan perilaku konsumen yang didorong oleh e-commerce. Munculnya platform e-commerce seperti Tokopedia dan Gojek telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam berbelanja, dengan semakin banyak konsumen yang beralih ke platform online untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perubahan ini menekankan pentingnya simplifikasi dalam e-commerce, yang memungkinkan konsumen untuk memesan makanan, pakaian, dan produk lainnya dengan mudah melalui ponsel mereka. E-commerce tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen untuk kesederhanaan tetapi juga membantu UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan tren pasar. Untuk memanfaatkan perubahan ini, UMKM harus fokus pada strategi pemasaran digital yang efektif, termasuk penggunaan konten yang menarik dan interaktif, serta pendekatan yang berpusat pada pelanggan untuk meningkatkan keterlibatan dan loyalitas konsumen.

Lebih lanjut, seminar ini juga menyoroti pentingnya pengembangan sumber daya manusia dalam mendukung adopsi teknologi digital. Banyak pelaku UMKM yang membutuhkan peningkatan kapasitas dan keterampilan untuk memahami dan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal. Oleh karena itu, pemerintah dan pihak terkait lainnya perlu menyediakan program pelatihan dan pendampingan yang ditujukan untuk meningkatkan keterampilan digital pelaku UMKM. Hal ini sejalan dengan temuan Ruslaini (2021) yang menunjukkan bahwa pengembangan keterampilan digital dan peningkatan literasi teknologi merupakan langkah kunci untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM di era digital.

Pembahasan juga mencakup pentingnya sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam menciptakan ekosistem digital yang mendukung. Sinergi ini diperlukan untuk mengatasi tantangan-tantangan yang dihadapi UMKM, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi dan infrastruktur yang belum memadai. Pemerintah, misalnya, dapat menyediakan insentif bagi pelaku UMKM yang mengadopsi teknologi digital, sementara sektor swasta dapat berkontribusi dengan menyediakan solusi teknologi yang lebih terjangkau dan mudah digunakan. Selain itu, masyarakat juga berperan penting dalam mendukung UMKM lokal melalui kampanye kesadaran dan promosi produk lokal di platform digital.

Secara keseluruhan, seminar ini menegaskan bahwa e-commerce adalah alat yang sangat efektif untuk mendorong pertumbuhan dan pengembangan UMKM di Indonesia. Namun, untuk mencapai potensi penuh e-commerce, diperlukan upaya bersama dari berbagai pihak untuk mengatasi tantangan yang ada dan memastikan bahwa semua UMKM,

baik di perkotaan maupun di pedesaan, dapat memanfaatkan teknologi digital untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka.

4. KESIMPULAN

Seminar ini menegaskan bahwa e-commerce dan digitalisasi memiliki potensi besar untuk mengembangkan UMKM di Indonesia, terutama dalam hal memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Namun, tantangan seperti literasi digital yang rendah, keterbatasan infrastruktur, dan resistensi terhadap adopsi teknologi baru perlu diatasi melalui inisiatif dan strategi yang komprehensif. Dengan peningkatan literasi digital, pembangunan infrastruktur yang memadai, serta dukungan dari pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat, UMKM dapat mengoptimalkan e-commerce untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional.

DAFTAR REFERENSI

- Banner, B., & Tubagus, A. A. (2023). Digitalisasi Desa: Meningkatkan Pemanfaatan Dana Desa untuk Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan. *Proceeding of The National Conference on Economic Development*, 1(1), 77-88.
- Rizal, M., & Ruslaini, R. (2021). Optimalisasi Penggunaan Teknologi Digital pada UMKM di Indonesia: Tantangan dan Peluang. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 2(3), 145-159.
- Rizal, M., Ruslaini, R., & Kusnanto, E. (2022). Peran Regulasi dalam Mendorong Adopsi Cloud Computing UMKM DKI Jakarta. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 3(1), 130-136.
- Ruslaini, R. (2021). Establishing Sustainable Practices on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to Advance Indonesia's Economic Growth. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3787801>.