
PEMANFAATAN E-COMMERCE BAGI UMKM PADA ERA INDUSTRI 4.0

Dicky Perwira Ompusunggu, Irda Berliana

Universitas Palangka Raya, Indonesia

E-mail: dickyperwira@feb.upr.ac.id, berlianairda@gmail.com

Abstrak

Dunia saat ini memasuki era industri 4.0 yang berfokus pada pola digital economic, artificial intelligence, big data, robotic, dan teknologi lainnya. E-commerce merupakan penghubung antara teknologi informasi dalam pemasaran dan pendistribusian produk yang berpotensi meningkatkan skala kinerja UMKM. Dengan memanfaatkan e-commerce, UMKM tetap dapat menjalankan bisnis dan menjangkau banyak konsumen serta memperluas pangsa pasar. Penelitian ini bertujuan untuk membahas tentang pemanfaatan e-commerce bagi UMKM pada era industri 4.0. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan dengan mengamati dan menganalisis semua informasi mengenai topik penelitian. Pemanfaatan e-commerce bagi UMKM menyebabkan UMKM mampu untuk memasarkan barang dan jasa yang mereka miliki baik secara fisik maupun digital. Di era industri 4.0 memberikan banyak dampak positif pada e-commerce, sehingga prospek pertumbuhan e-commerce dimasa mendatang akan meningkat. E-commerce dan industri 4.0 memiliki hubungan yang selaras dan berbanding lurus, karena teknologi e-commerce akan beradaptasi dengan teknologi saat ini pada era industri 4.0.

Kata Kunci: *e-commerce*; UMKM; industri 4.0

Abstract

The world is currently entering the industrial era 4.0 which focuses on digital economic patterns, artificial intelligence, big data, robotics, and other technologies. E-commerce is a link between information technology in marketing and product distribution that has the potential to increase the scale of MSME performance. By utilizing e-commerce, MSMEs can still run businesses and reach many consumers and expand market share This research aims to analyse the usage of e-commerce on MSMEs business the industrial era 4.0. This research uses a literature study approach by observing and analyzing all information about the research topic. The use of e-commerce for MSMEs causes MSMEs to be able to market the goods and services they have both physically and digitally. In the industrial era 4.0 has many positive impacts on e-commerce, so the prospect of e-commerce growth in the future will increase. E-commerce and industry 4.0 have a harmonious and directly proportional relationship, because e-commerce technology will adapt to current technology in the industrial era 4.0.

Keyword: e-commerce; MSMEs; industry 4.0

Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komputer telah membawa kemajuan dan pengaruh yang signifikan dalam kehidupan manusia (Sitepu, 2023). Dunia saat ini memasuki era industri 4.0 yang berfokus pada pola digital economic, artificial intelligence, big data, robotic, dan teknologi lainnya. E-commerce merupakan penghubung antara teknologi informasi dalam pemasaran dan pendistribusian produk yang berpotensi meningkatkan skala kinerja UMKM (Bps.go.id, 2020). Teknologi e-commerce atau electronic commercial dikembangkan untuk mempermudah dengan memanfaatkan teknologi internet. Hal ini terlihat jelas pada masyarakat Indonesia. Perilaku masyarakat yang lebih memilih sistem online untuk kemudahan dalam memenuhi aspek kehidupan (Mumtaha & Khoiri, 2019).

Era industri 4.0 merupakan era kemajuan teknologi yang pesat menjadi kunci dari pertumbuhan ekonomi. Kemajuan teknologi digital akan memudahkan para pelaku bisnis, khususnya UMKM untuk memangkas biaya promosi dan pemasaran (Husnurrosyidah, 2019). Di Era industri 4.0 pelaku UMKM seharusnya beralih ke perdagangan e-commerce karena pola belanja konsumen telah bergeser, menjadikan perdagangan e-commerce sebagai pilihan terbaik bagi pelaku UMKM untuk tetap bertahan dan berpotensi mendapatkan pangsa pasar baru yang lebih luas. Untuk memastikan keberlangsungan bisnis, pelaku UMKM harus mampu berinovasi dan memanfaatkan platform digital marketing. Dengan memanfaatkan e-commerce, UMKM tetap dapat menjalankan bisnis dan menjangkau banyak konsumen serta memperluas pangsa pasar (Purwadinata et al., 2021).

Masuknya UMKM pada e-commerce dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia karena merupakan salah satu cara bagi pelaku UMKM untuk mengiklankan produknya. Pada tahun 2022 kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia dari PDB sebesar 60,51% senilai Rp9.580 triliun dan UMKM menyerap 120,59 juta tenaga, serta 24% pelaku UMKM telah memanfaatkan e-commerce (Ekonomi.bisnis.com, 2022). Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat menjadi bagian dari komunitas global dengan memanfaatkan e-commerce, jika mereka tidak mengikuti perkembangan teknologi mereka akan tertinggal jauh dan kalah dalam persaingan (Irenetia, 2023). Selain itu, pertumbuhan ekonomi sama dengan pertumbuhan PDB oleh karena itu PDB dapat digunakan sebagai salah satu indikator untuk mengukur kinerja perekonomian suatu negara atau sebagai cerminan keberhasilan suatu pemerintah dalam menggerakkan sektor-sektor ekonomi (Ompusunggu, 2023).

Lemahnya daya saing UMKM disebabkan beberapa masalah antara lain: (1) Lemahnya pemasaran, (2) Modal dan pendanaan, (3) Kurangnya inovasi dan pemanfaatan teknologi, (4) Pemakaian bahan baku, (5) Peralatan produksi, (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja, (7) Rencana pengembangan usaha, (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Kontribusi dan peran dari UMKM pada perekonomian nasional, dapat terhambat karena banyaknya kekurangan daya saing dan masalah bagi UMKM dalam menghadapi persaingan (Satria et al., 2021).

Dengan pertumbuhan e-commerce yang begitu pesat sehingga memudahkan para pelaku bisnis terutama pelaku UMKM untuk menjangkau pangsa pasar baru yang lebih besar. Kemudian di era industri 4.0 yang ditandai dengan perkembangan luar biasa dibidang teknologi internet, maka penulis bertujuan untuk membahas tentang pemanfaatan e-commerce bagi UMKM pada era industri 4.0.

Metode Penelitian

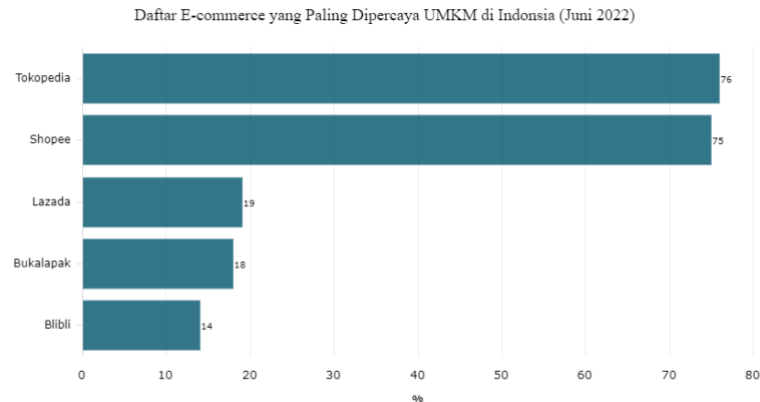
Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan dengan mengamati dan menganalisis semua informasi mengenai topik penelitian. Penelitian kepustakaan

merupakan suatu jenis penelitian yang digunakan dalam pengumpulan informasi dan data secara mendalam melalui berbagai literatur, buku, catatan, majalah, referensi lainnya, serta hasil penelitian sebelumnya yang relevan, untuk mendapatkan jawaban dan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti (Indrawan & Yaniawati, 2014). Dalam penelitian ini topik utama yang akan dibahas adalah pemanfaatan e-commerce bagi UMKM pada era industri 4.0.

Beberapa langkah yang akan dilakukan dalam penelitian yang mengedepankan model studi kepustakaan yakni; *Pertama*, peneliti mengamati dan menganalisis berdasarkan fenomena yang terjadi terkait topik penelitian. *Kedua*, menentukan focus penelitian berdasarkan informasi yang telah diperoleh dan didapatkan dari kajian literatur. *Ketiga*, sumber data yang dikumpulkan adalah berupa informasi atau data empirik yang bersumber dari buku-buku, jurnal, hasil laporan penelitian dan literatur lain yang dapat memberi ruang lingkup penelitian baru. Dengan begitu peneliti akan dapat membantu mengidentifikasi berbagai variabel yang terkait dengan topik penelitian. *Keempat*, menelaah berbagai sumber kepustakaan untuk dapat memperoleh hasil maksimal sehingga akan menemukan ide-ide baru yang terkait topik penelitian. *Terakhir*, menganalisis catatan penelitian dari berbagai literatur untuk kemudian mendapatkan suatu kesimpulan yang disusun dalam bentuk laporan penelitian dengan sistematika penulisan yang berlaku (Zed, 2008).

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, Pemanfaatan e-commerce bagi UMKM pada era industri 4.0 ditampilkan dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 1. Daftar E-commerce yang paling dipercaya UMKM Tahun 2022

Sumber: tSurvey.id

Berdasarkan hasil survei, Telkomsel menemukan bahwa platform e-commerce yang paling dipercaya oleh pelaku UMKM di Indonesia untuk kegiatan penjualan online mereka, secara berturut-turut adalah Tokopedia 76%, Shopee 75%, Lazada 19%, Bukalapak 18%, dan Blibli 14%.

Menurut temuan survei pemanfaatan e-commerce paling dipercayai oleh UMKM Lokal Indonesia 2022 oleh tSurvey.id juga menemukan bahwa platform pasar dagang online dianggap memberikan paling memuaskan bagi UMKM untuk berjualan online adalah Tokopedia 69%, Shopee 62%, Lazada 11%, Bukalapak 9%, dan Blibli 4%.

Sedangkan untuk platform pasar dagang online dengan pelayanan paling memuaskan bagi para pelaku UMKM online adalah Tokopedia 68%, Shopee 61%, Lazada 11%, Bukalapak 1%, dan Blibli 6%. Di berbagai platform pasar dagang online dengan konsep bisnis sebagai pusat lapak online (marketplace), yang paling sering para UMKM gunakan untuk berjualan online adalah Tokopedia 47%, Shopee 45%, Lazada 5%, Bukalapak 2%, dan Blibli 0%.

Survei ini dilakukan pada tanggal 10-24 Juni 2022, dengan melibatkan 1.000 responden pelaku UMKM online di Indonesia yang menggunakan smartphone dengan nomor telepon seluler dalam survei ini. Menurut letak geografis, proporsi responden dari jabodetabek sebanyak 60%, dari pulau jawa non- Jabodetabek sebanyak 30%, dan dari luar pulau jawa sebanyak 10%. Sementara itu, menurut proporsi gender, sebanyak 60% responden adalah laki-laki dan perempuan sebanyak 40%.

E-commerce Bagi UMKM

E-commerce sering dikenal sebagai perdagangan elektronik adalah penjualan dan pembelian barang, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer (internet) (Triandaru, 2023). Ketika penjual dan pembeli berinteraksi secara online, biaya operasional bisnis dapat dikurangi, sementara pengiriman dan produktivitas dapat meningkat. Proses bisnis yang berlangsung di E-commerce tanpa menggunakan kertas, karena tersedianya kemampuan pertukaran data elektronik seperti email dan transfer uang elektronik. Business-to-Business (B2B), Business-to-Customer (B2C), Business-to Government (B2G), Customer-to-Customer (C2C), dan Mobile Commerce (Solihat & Sandika, 2022).

Peningkatan bisnis e-commerce diharapkan bisa membantu pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). E-commerce dapat menjadi peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya dan memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga berpeluang menembus ekspor. Teknologi digital memberi peluang bagi UMKM untuk memasuki pasar internasional. Seiring kemajuan teknologi akan semakin mudah membuka peluang bagi UMKM untuk menggunakan e-commerce untuk operasional bisnis (Kemenkeu.go.id, 2019).

Pemanfaatan e-commerce bagi UMKM menyebabkan UMKM mampu untuk memasarkan barang dan jasa yang mereka miliki baik secara fisik maupun digital. Sehingga mampu bertahan, arus kas lancar, pasokan produk terjaga, dan yang terpenting masyarakat yang mandiri secara ekonomi mampu mengurangi beban pemerintah dalam hal menjamin kemakmuran penduduknya (Waliyati et al., 2021).

E-Commerce Pada Era Industri 4.0

Transformasi digital telah mengubah cara hidup masyarakat dan industri, memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemajuan e-commerce. Era industri 4.0 memberikan banyak dampak positif pada e-commerce, sehingga prospek pertumbuhan e-commerce dimasa mendatang akan meningkat (Arimbhi, 2019). Di era industri 4.0 semua telah menggunakan otomatisasi cerdas. E-commerce ada sebelum industri 4.0. di mana e-commerce adalah transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Transaksi bisnis salah satu kegiatan yang terjadi dalam lingkungan industri. Jadi, secara umum e-commerce terkait dan berkelanjutan dengan industri 4.0.

Industri 4.0 berfokus pada bisnis manufaktur terotomatisasi cerdas dan berkembang di banyak sektor yang akan menghasilkan sejumlah besar produk berkualitas di berbagai sektor. Hal ini akan berdampak pada peningkatan transaksi komersial, khususnya e-commerce. Dimana marketplace akan semakin canggih dan cerdas sehingga bisnis akan terus tumbuh dan roda perekonomian semakin berputar. Industri 4.0 dapat dibuktikan bahwa e-commerce dan industri 4.0 memiliki hubungan yang selaras dan berbanding lurus, karena teknologi e-commerce akan beradaptasi dengan teknologi saat ini pada era industri

4.0. Kemudian industri 4.0 juga memanfaatkan e-commerce dalam operasionalnya, sehingga e-commerce akan lebih berkembang dan maju lagi (Hendarsyah, 2019).

Kesimpulan

E-commerce sering dikenal sebagai perdagangan elektronik adalah penjualan dan pembelian barang, jasa, atau informasi melalui jaringan komputer (internet). Peningkatan bisnis e-commerce diharapkan bisa membantu pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). E-commerce dapat menjadi peluang besar bagi UMKM untuk mengembangkan bisnisnya dan memungkinkan UMKM melakukan pemasaran dengan tujuan pasar global, sehingga berpeluang menembus ekspor. Pemanfaatan e-commerce bagi UMKM menyebabkan UMKM mampu memasarkan barang/jasa yang dimiliki secara fisik maupun secara digital.

Transformasi digital telah mengubah cara hidup masyarakat dan industri, memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemajuan e-commerce. Era industri 4.0 memberikan banyak dampak positif pada e-commerce, sehingga prospek pertumbuhan e-commerce dimasa mendatang akan meningkat. Di era industri 4.0 semua telah menggunakan otomatisasi cerdas. E-commerce ada sebelum industri 4.0. di mana e-commerce adalah transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik melalui internet. E-commerce dan industri 4.0 memiliki hubungan yang selaras dan berbanding lurus, karena teknologi e-commerce akan beradaptasi dengan teknologi saat ini pada era industri 4.0.

Bibliografi

- Arimbhi, P., Susanto, I., & Ghany, S. K. (2019). Proses Bisnis Dan Aspek Pemungutan Pajak Atas Transaksi E-commerce Dalam Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 6(1), 53-67.
- Bps.go.id. (2020). *Merajut Data E-Commerce Indonesia: Kolaborasi Public Private Sectors di Era Digital*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/news/2020/12/14/400/merajut-data-e-commerce-indonesia--kolaborasi-public-private-sectors-di-era-digital.html>
- Ekonomi.bisnis.com. (2022). *Kontribusi UMKM ke Ekonomi RI 60,5 Persen, Restrukturisasi Kredit Jaga Keberlanjutan*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20221112/9/1597409/kontribusi-umkm-ke-ekonomi-ri-605-persen-restrukturisasi-kredit-jaga-keberlanjutan>
- Hendarsyah, D. (2019). E-Commerce Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Husnurrosyidah, H. (2019). E-Marketplace Umkm Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Dalam Perspektif Islam. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 224. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v7i2.6571>
- Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi penelitian : kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan*. Bandung: Refika Aditama.
- Irenetia, N., & Ompusunggu, D. P. (2023). Pentingnya Manajemen Keuangan Bagi Perusahaan. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140-147.
- Kemenkeu.go.id. (2019). *E-Commerce untuk UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. <https://bppk.kemenkeu.go.id/pusdiklat-keuangan-umum/berita/e-commerce-untuk-umkm-dan-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-237095>
- Laura, H. W. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi Covid-19. *jurnal akuntansi dan ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *JURNAL PILAR TEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Teknik*, 4(2), 55–60. <https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>
- Ompusunggu, D. P. (2023). Variabel Makro Ekonomi: Kredit, Pertumbuhan Ekonomi, Dan Tenaga Kerja Di Indonesia.
- Ompusunggu, D. P. (2023). Diagnostik-Diagnosis-Solusi-Model Untuk Masalah Runtut Waktu dan Silang Tempat (No. dr3bp). Center for Open Science.

- Ompusunggu, D. P. (2019). Peta Kemampuan Keuangan Pemerintah Provinsi di Indonesia dalam Menghapuskan Kemiskinan Tahun 2017 (Doctoral dissertation, UAJY).
- Ompusunggu, D. P. (2023). Pendekatan Manual ARDL Pada Kointegrasi (STATA & Microfit).
- Ompusunggu, D. P., & Febriani, E. (2023). Analisis Rasio Keuangan Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2022. *Matriks*, 5(1), 107–114. <https://doi.org/10.36418/matriks.v5i1.492>
- Ompusunggu, D. P., Suharsih, S., & Sodik, J. (2020). Analisis Kemampuan Fiskal Daerah Dalam Menghapuskan Angka Kemiskinan Pada 34 Provinsi Di Indonesia Tahun 2019. In *National Conference On Business & Economics 1th (NICEBEL)*.
- Ompusunggu, D. P., Sutrisno, D. R. I., & Hukom, A. (2023). Konsistensi Dan Efektivitas Peran Lembaga Keuangan Non Bank (Koperasi Simpan Pinjam) Sebagai Penggerak Perekonomian Indonesia. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 4(1), 689-696. <https://doi.org/10.36312/jcm.v4i1.1449>
- Ompusunggu, D. P., & Wibawa, S. C. (2023). Bitcoin Dan Nilai Tukar: Autoregressive Distributed Lag.
- Purwadinata, S., Fitriyani, I., & ... (2021). Penguatan Umkm Menghadapi Era 4.0 Melalui Perbaikan Manajemen Wirausaha Di Kota Sumbawa. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 227–232.
- Satria, W. I., Zulkarnain, P. D., & Effendy, M. (2021). PKM Penyuluhan Tren UMKM di Era Industri 4.0. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 177–184. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i2.1307>
- Sitepu, L. E. B., & Ompusunggu, D. P. (2023). Sekuritisasi Aset Bank Sebagai Sumber Pembiayaan Kegiatan Inovasi. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(2), 36-46.
- Solihat, M., & Sandika, D. (2022). *E-commerce di Industri 4.0*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v16i2.967>
- Sutrisno, F. A. I., Ompusunggu, D. P., & Hukom, A. (2023). Analisis Peran Lembaga Keuangan (Pegadaian) Terhadap Pengembangan Perekonomian Masyarakat Umum (Usaha UMKM).
- Triandaru, S., Ompusunggu, D. P., & Handika, R. (2020). Mapping Government's Financial Capacity to End Poverty: The Case of Provinces in Indonesia. *Advances in Natural and Applied Sciences*, 14(2), 19-26.
- Waliyati, E., Lestariana, D. S., & Sutarni, N. (2021). Pentingnya E-commerce bagi UMKM pada Masa Pandemi di RT.03 Kampung Surodadi, Siswodipuran, Boyolali. *Jurnal ABDIKMAS UKK*, 1(2), 115–121.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Zendrato, C., Zendrato, R. W. & Ompusunggu, D. P. (2023). Analisis Pengaruh Current Ratio Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Return On Asset Pada PT Nippon Indosari Corpindo Tbk. *Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 92-104. <https://doi.org/10.55606/jupsim.v2i2.1309>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.