J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah
Vol.4, No.1, Desember 2024

Implementasi E-commerce Berbasis Sistem Informasi untuk Meningkatkan Akses Pasar UMKM

Fenny Purwani[1], Fatimah Azzahra[2], Muhammad Alfaaiz Ilham[3], Ridho Dermawan[4]
[123]Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang
fennypurwani_uin@radenfatah.ac.id[1], ftmhazzahraa16@gmail.com[2], faiz70968@gmail.com[3]

Article History:
Received: 01 November 2024
Revised: 24 November 2024
Accepted: 26 November 2024

Keywords: *E-Commerce, Sistem Informasi, UMKM.*

Abstract: *Penelitian ini membahas tentang implementasi e-commerce berbasis sistem informasi sebagai solusi peningkatan akses pasar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM merupakan sektor penting yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, namun seringkali menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar akibat keterbatasan infrastruktur dan metode pemasaran yang masih konvensional. Dengan adopsi e-commerce, UMKM dapat menjangkau konsumen lintas daerah, menekan biaya operasional, dan meningkatkan efisiensi bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi berbasis internet memudahkan pengelolaan inventaris, mempercepat proses transaksi, dan memberikan customer experience yang lebih baik, yang secara langsung berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan daya saing UMKM. Namun, adopsi teknologi tersebut masih terhambat oleh infrastruktur yang belum merata dan rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan upaya terpadu dari pemerintah dan sektor swasta untuk menyediakan pelatihan dan infrastruktur yang memadai guna mendukung transformasi digital UMKM secara optimal.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian di Indonesia, berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Data menunjukkan bahwa lebih dari 60% tenaga kerja di Indonesia bergantung pada sektor ini. Meski memiliki potensi yang besar, UMKM menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, terbatasnya sumber daya untuk pemasaran, dan minimnya pemanfaatan teknologi modern .

Perkembangan pesat teknologi internet telah mengubah secara signifikan panorama bisnis dalam beberapa dekade terakhir. Salah satu hasil yang paling mencolok dari perkembangan ini adalah kemunculan e-commerce. E-commerce bisa dijelaskan sebagai sistem bisnis yang menggunakan teknologi elektronik untuk menghubungkan perusahaan, pelanggan, dan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli atau pertukaran barang, jasa, dan informasi

secara online. Menurut Shabur Mitfa yang dikutip dalam penelitian Novita Sari dkk (2017), e-commerce merupakan proses pembelian dan penjualan produk secara elektronik oleh konsumen dan antarperusahaan dengan komputer sebagai perantara transaksi bisnis. Dampak fenomena ini terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat signifikan. UMKM merujuk pada bisnis produktif yang dimiliki oleh individu atau perusahaan yang memenuhi syarat sebagai bisnis mikro, kecil, atau menengah sesuai dengan UndangUndang No. 20 Tahun 2008. Hukum tersebut juga mengelompokkan UMKM berdasarkan kekayaan bersih dan pendapatan penjualan tahunan.

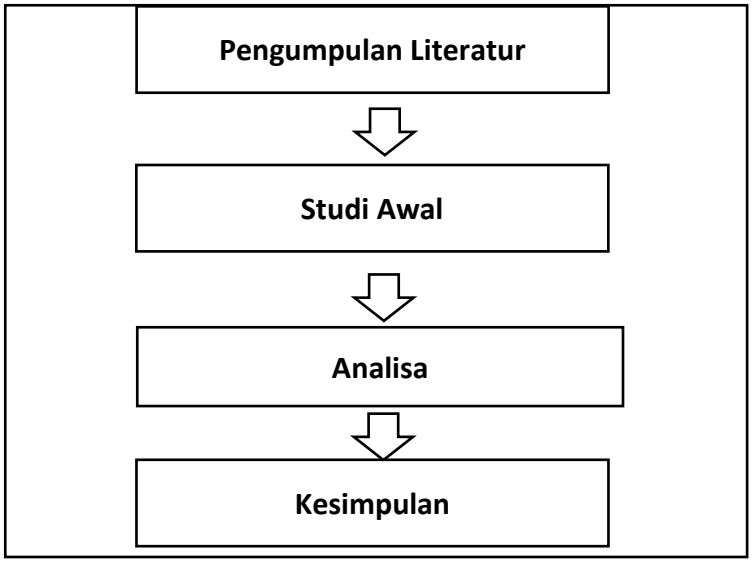
E-commerce merupakan teknologi yang menjadi kebutuhan mendasar setiap organisasi yang bergerak di bidang perdagangan. E-commerce merupakan cara bagi konsumen untuk dapat membeli barang yang diinginkan dengan memanfaatkan teknologi internet. Pemanfaatan teknologi e-commerce dapat dirasakan oleh konsumen (business to consumer) maupun oleh pelaku bisnis (business to business).

Teknologi e-commerce tidak hanya meningkatkan akses pasar, tetapi juga memberikan efisiensi dalam operasional bisnis. Melalui pemanfaatan sistem informasi, proses seperti pengelolaan inventaris, layanan pelanggan, dan pemrosesan transaksi dapat diotomatisasi. Ini membuat pelaku UMKM dapat menghemat waktu dan mengurangi kesalahan operasional. Dengan kata lain, integrasi teknologi ini membantu UMKM meningkatkan produktivitas, yang secara langsung dapat mendukung peningkatan pendapatan.

Namun, implementasi e-commerce di kalangan UMKM masih menghadapi tantangan yang cukup kompleks. Beberapa kendala utama adalah infrastruktur digital yang belum merata, terutama di daerah pedesaan, dan rendahnya literasi teknologi di kalangan pelaku UMKM. Selain itu, pelatihan dan dukungan dari pemerintah serta pihak swasta sangat diperlukan agar potensi penuh e-commerce bisa dirasakan oleh seluruh UMKM di Indonesia (Gustom, 2022).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literature review untuk mengkaji secara mendalam berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Proses ini melibatkan identifikasi, seleksi, evaluasi, dan sintesis dari sumber-sumber akademik, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan publikasi terkait lainnya. Berikut tahapan penelitian yang dilakukan.



1. Pengumpulan Literatul
   Tahapan pertama dalam penelitian ini adalah melakukan pengumpulan literatur dengan mencari informasi mengenai keamanan sistem informasi dan mencari topik penelitian yang akan dijadikan bahan acuan dalam penelitian ini. Sumber-sumber literatur dikumpulkan melalui pencarian sistematis di basis data akademik seperti Google Scholar, SINTA, dan ScienceDirect. Kriteria inklusi meliputi literatur yang diterbitkan dalam 5 tahun terakhir, bersumber dari jurnal bereputasi, serta memiliki relevansi langsung dengan topik penelitian.
2. Studi Awal
   Tahap kedua adalah studi awal yaitu Mendeteksi dan mendefinisikan masalah atau topik penelitian lebih jelas serta merumusakan hipotesis awal berdasarkan informasi yang telah diperoleh untuk diuji dalam penelitian utama.
3. Analisis
   Setiap literatur yang terpilih dianalisis menggunakan pendekatan tematik, di mana data dan temuan dari berbagai studi dikategorikan ke dalam tema-tema utama yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian. Sumber-sumber tersebut kemudian disintesis untuk memberikan gambaran yang menyeluruh tentang perkembangan topik penelitian, serta untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang ada
4. Kesimpulan
   Hasil evaluasi kemudian dianalisis untuk mendapatkan rumusan pada kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian dan data yang telah dikumpulkan, implementasi e-commerce berbasis sistem informasi menunjukkan dampak positif yang signifikan bagi pelaku UMKM. Beberapa hasil utama yang ditemukan meliputi peningkatan akses ke pasar, efisiensi operasional yang lebih baik, serta penghematan biaya yang sebelumnya diperlukan untuk menjalankan bisnis secara konvensional. UMKM yang menggunakan platform e-commerce berhasil memperluas jangkauan pasar hingga ke wilayah yang sebelumnya sulit diakses secara fisik, yang akhirnya meningkatkan pendapatan .

Studi lain mengungkapkan bahwa penggunaan e-commerce juga memperbaiki proses bisnis internal UMKM. Melalui pemanfaatan teknologi seperti manajemen inventaris berbasis cloud dan analitik data, pelaku usaha dapat mengelola stok lebih efisien dan memprediksi tren pasar dengan lebih akurat. Penggunaan sistem pembayaran online yang otomatis memudahkan transaksi, mengurangi human error, dan meningkatkan kecepatan layanan pelanggan. Hal ini, pada akhirnya, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM (Thahir et al., 2022) .

A. E-commerce dan Sistem Informasi

Sistem Informasi Merupakan suatu kombinasi teratur dari orang – orang, hardware, software, jaringan komunikasi dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi. Tujuannya ialah untuk memberikan informasi dalam perencanaan, memulai, pengorganisasian sebuah perusahaan yang melayani sinergi organisasi dalam proses mengendalikan pengambilan keputusan (Desita, 2021).

E-Commerce adalah singkatan dari Electronic Commerce yaitu pembelian, penjualan, dan

pertukaran barang atau layanan dan informasi secara elektronik, yaitu melalui jaringan komputer terutama internet. Ecommerce juga dapat diartikan layanan terhadap pelanggan, kerja sama dengan rekan bisnis serta membangun transaksi secara elektronik antara organisasi. Melalui E-Commerce, proses transaksi pejualan menjadi lebih fleksibel dan nyaman sehingga meningkatkan permintaan terhadap produk. Konsumen dapat berbelanja online kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan gadget yang mereka miliki. Pada sistem e-commerce ini akan menampilkan semua persediaan produk dari berbagai jenis kosmetik yang ada lengkap dengan spesifikasi dan harga produk. Sehingga konsumen dapat mengakses ketersediaan produk dan dapat bertransaksi secara online.

B. Peran E-commerce dalam Peningkatan Akes Pasar UMKM

E-commerce tumbuh seiring perkembangan dunia bisnis. E-commerce menjadi solusi penting bagi UMKM untuk meningkatkan dan bersaing dalam penjualan produk. Keuntungan menggunakan e-commerce adalah transaksi lebih praktis, biaya lebih rendah, pengiriman berkualitas lebih baik, serta berkurangnya kesalahan manusia. Hal ini yang menjadikan konsumen lebih memilih e-commerce.

Implementasi e-commerce memberikan kesempatan bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka. Sebelumnya, UMKM terbatas pada pasar lokal, namun dengan adanya platform e-commerce, mereka dapat menjangkau konsumen dari berbagai daerah bahkan negara lain tanpa terhalang oleh batas geografis. E-commerce memungkinkan UMKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dan lebih efisien dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional.

Melalui e-commerce, UMKM juga dapat mengurangi ketergantungan pada saluran distribusi fisik yang terkadang memiliki biaya tinggi dan kurang fleksibel. Selain itu, platform e-commerce sering kali menyediakan berbagai fitur yang membantu dalam hal pemasaran, analisis data pelanggan, serta pengelolaan inventaris secara lebih terstruktur dan efisien.

E-commerce juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk membangun interaksi yang lebih dekat dengan konsumen, baik secara global maupun lokal. Melalui platform e-commerce, UMKM dapat berinteraksi langsung dengan konsumen, mendengar umpan balik mereka, dan menyesuaikan strategi pemasaran produk secara lebih efektif. Dulu, interaksi semacam ini mungkin sulit dilakukan karena keterbatasan waktu, jarak, dan sumber daya. Namun, dengan bantuan teknologi e-commerce, UMKM dapat memanfaatkan data dan insight konsumen untuk meningkatkan kualitas produk mereka serta menyesuaikan pendekatan pemasaran yang lebih personal.

Meskipun manfaatnya besar, UMKM juga dihadapkan pada sejumlah tantangan dalam mengadopsi e-commerce sebagai bagian dari strategi pemasaran produk mereka. Salah satunya adalah tingkat persaingan yang lebih tinggi di pasar global. Dengan aksesibilitas yang lebih luas, UMKM harus bersaing dengan lebih banyak pesaing, baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, aspek teknis seperti keamanan transaksi online dan infrastruktur digital yang memadai menjadi perhatian utama bagi UMKM. Kekhawatiran terhadap keamanan data konsumen serta infrastruktur yang memadai untuk menangani volume transaksi yang meningkat merupakan halhal yang perlu dipertimbangkan secara serius (Oktaviani et al., 2023).

C. Potensi E-commerce Berbasis Sistem Informasi Bagi UMKM

Sistem informasi berbasis e-commerce memiliki potensi yang dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kinerja mereka, antara lain:

1. Akses Ke Pasar Global
   Dengan e-commerce, bisnis dapat menjangkau pelanggan di seluruh dunia. Ini membuka peluang untuk mendapatkan pelanggan baru yang sebelumnya tidak terjangkau melalui saluran fisik. E-commerce memungkinkan bisnis untuk memperluas jangkauan geografis mereka dengan lebih mudah
2. Biaya Operasional yang Lebih Rendah
   E-commerce sering kali memerlukan biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan dengan bisnis fisik. Dengan mengurangi kebutuhan untuk ruang ritel fisik dan memanfaatkan teknologi untuk otomatisasi, bisnis dapat menghemat biaya sewa, tenaga kerja, dan inventaris.
3. Pengumpulan Data dan Analisis
   E-commerce memungkinkan bisnis untuk mengumpulkan data yang berharga tentang perilaku pelanggan, preferensi, dan tren pasar. Data ini dapat digunakan untuk meningkatkan strategi pemasaran, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan merespons perubahan pasar dengan lebih cepat.
4. Fleksibilitas dan Kenyamanan
   E-commerce menawarkan kenyamanan bagi pelanggan, yang dapat melakukan pembelian kapan saja dan di mana saja. Ini memberi pelanggan fleksibilitas untuk berbelanja sesuai dengan kebutuhan dan waktu mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
5. Inovasi dan Adaptasi
   Dengan perkembangan teknologi yang cepat, e-commerce memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren dan kebutuhan pasar. Ini memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk berinovasi dalam penawaran produk, pengalaman pelanggan, dan strategi pemasaran (Maria et al., 2024).

D. Tantangan dalam Implementasi E-commerce untuk UMKM

Meskipun e-commerce menawarkan banyak keuntungan, implementasinya tidak selalu mudah bagi UMKM, terutama yang berada di daerah dengan keterbatasan sumber daya. Beberapa tantangan yang dihadapi UMKM dalam mengimplementasikan e-commerce adalah sebagai berikut:

1. **Literasi Digital yang Terbatas**: Banyak pelaku UMKM yang belum menguasai teknologi digital dan kurang memahami cara memanfaatkan platform e-commerce secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan kemampuan digital para pelaku UMKM.
2. **Keterbatasan Sumber Daya**: Banyak UMKM yang kesulitan untuk menyediakan dana yang dibutuhkan untuk membangun dan mengelola sistem e-commerce yang efisien. Meski biaya e-commerce relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, namun pengelolaan platform e-commerce tetap memerlukan investasi yang signifikan
3. **Keamanan dan Kepercayaan Pelanggan**: Dalam transaksi e-commerce, masalah keamanan dan privasi data sering menjadi perhatian utama. UMKM perlu memastikan bahwa platform yang digunakan aman dan dapat dipercaya oleh konsumen, untuk menghindari masalah terkait transaksi online (Sadrakh Zefanya Putra et al., 2023).

KESIMPULAN

Implementasi e-commerce berbasis sistem informasi terbukti menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan akses pasar bagi UMKM di Indonesia. Teknologi ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar hingga ke level nasional dan internasional, tetapi juga memperbaiki efisiensi operasional. Dengan adopsi sistem informasi, UMKM mampu mengelola inventaris secara lebih baik, mempercepat proses transaksi, dan mengurangi biaya operasional yang terkait dengan bisnis tradisional. Dampak positif ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing di era digital yang semakin kompetitif .

Namun, adopsi e-commerce masih dihadapkan pada beberapa tantangan. Keterbatasan infrastruktur digital, terutama di daerah terpencil, dan rendahnya literasi teknologi di kalangan pelaku UMKM menjadi hambatan utama. Untuk mengatasi ini, diperlukan kolaborasi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, yang harus memberikan pelatihan dan mendukung pengembangan infrastruktur. Dengan upaya yang tepat, transformasi digital UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia .

DAFTAR REFERENSI

Desita, Y. A. (2021). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1689–1699.

Gustom, B. (2022). *PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE PADA*. *5*, 68–82.

Maria, V., Nicodemus Gunawan, S., Faradiva, N. I., Agustiani, H., Ramadhan, D. C., Salamah, F., Raya, J., Km, J., Pakupatan, J., & Jaya, K. C. (2024). Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Akses Pasar bagi Produk UMKM Lokal di Kota Serang Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. *Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)*, *3*(2), 155–164. https://doi.org/10.55606/jimas.v3i2.1206

Oktaviani, Q., Diana, F., Tiara, E., Setyadi, H., Roziq, M. W. A., & Riofita, H. (2023). Peran E-Commerce Dalam Pemasaran Produk Umkm. *WANARGI: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *1*(2), 16–21. http://jurnalistiqomah.org/index.php/wanargi/article/view/655%0Ahttp://jurnalistiqomah.org/index.php/wanargi/article/download/655/579

Sadrakh Zefanya Putra, Shasabila Titanie Harianto, & Yabes Christian Matondang. (2023). Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer*, *3*(2), 119–131. https://doi.org/10.55606/juisik.v3i2.494

Thahir, A., Sabaruddin, R., & Amalia Putri, A. (2022). Pemanfaatan Sistem Informasi E-commerce Berbasis Web Untuk Mendukung Kegiatan Penjualan Kosmetik. *Jurnal Sistem Informasi Akuntansi*, *3*(1), 22–31. https://doi.org/10.31294/justian.v3i1.1297