

Efektifitas Pemanfaatan E-Commerce Shopee Terhadap Keberlangsungan UMKM Mandailing Dimasa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Toko Mandailing Jakarta Selatan)

The Effectiveness Of Using Shopee E-Commerce On The Sustainability Of Mandailing MSMEs During The Covid-19 Pandemic (Case Study Of Mandailing Shop, South Jakarta)

Nurur Rahma¹ Yayat Sujatna²

Program Studi S-1 Manajemen Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta

Email: ¹nururr995@gmail.com, ²yayatsujatna@gmail.com

ABSTRAK

Melihat adanya keberlangsungan UMKM dimasa pandemi covid-19 seperti UMKM Mandailing. Pandemi covid-19 menyerang semua sektor, terutama sektor ekonomi pada UMKM, dampak ekonomi ini terjadi tidak hanya di dalam negeri tetapi juga secara global. Dalam hal ini UMKM Mandailing mencari solusi bagaimana caranya dapat meningkatkan keberlangsungan UMKM dimasa pandemi covid-19, salah satu caranya yang dapat dilakukan adalah dengan mengubah proses bisnis yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online) melalui E-Commerce Shopee Indonesia. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk menganalisis efektivitas pemanfaatan E-Commerce sebagai media keberlangsungan UMKM Mandailing dimasa pandemi covid-19. Desain penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Objek yang diteliti adalah Toko Mandailing dengan subjek pegawai Toko Mandailing sebanyak 4 orang. Analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pemanfaatan E-Commerce berpengaruh secara simultan terhadap kinerja UMKM Mandailing. Hal ini berarti jika UMKM menggunakan E-Commerce secara bersama-sama maka akan dapat meningkatkan kinerja perusahaannya.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Keberlangsungan, UMKM

ABSTRACT

Seeing the continuity of MSMEs during the Covid-19 pandemic, such as Mandailing MSMEs. The Covid-19 pandemic attacks all sectors, especially the economic sector of MSMEs, this economic impact occurs not only domestically but also globally. In this case, Mandailing MSMEs are looking for solutions on how to improve the sustainability of MSMEs during the Covid-19 pandemic, one way that can be done is by changing business processes that were previously conventional (offline) to digital (online) through E-Commerce Shopee Indonesia. The aim of this research was to analyze the effectiveness of using E-Commerce as a medium for the sustainability of Mandailing MSMEs during the Covid-19 pandemic. This research design uses qualitative descriptive methods. The object studied was the Mandailing Shop with the subject being 4 Mandailing Shop employees. Data analysis uses data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The use of E-Commerce simultaneously influences the performance of Mandailing MSMEs. This means that if MSMEs use E-Commerce together they will be able to improve their company's performance.

Keywords: *E-Commerce, Sustainability, MSMEs*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi terus menjadi pesat serta kilat, khususnya teknologi data serta komunikasi. Perihal ini membuat manusia bagaikan tidak terpisah oleh jarak serta ruang waktu. Pertumbuhan

teknologi yang makin maju, membuat manusia dapat memakai bermacam berbagai perlengkapan buat perlengkapan bantu dalam melaksanakan bermacam kegiatan selaku fasilitas pendukung produktifitas. Dengan seluruh kegiatan yang makin padat menjadikan sebagian orang mempunyai mobilitas besar.

Internet dikala ini mempunyai pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan serta pergantian warga. Seluruh dunia berhubungan dengan internet paling utama media sosial. Dengan internet seluruh data dengan mudah kilat tersebar serta didapatkan di segala dunia, menjadikan internet sesuatu sebagai suatu keharusan. Dengan syarat semacam itu, warga banyak memakai media sosial untuk mencari serta berbagi data.

Internet sudah menjadi teknologi yang digunakan banyak orang dan merupakan salah satu yang paling berpengaruh di abad 21. Orang-orang kini bergantung pada internet untuk memenuhi berbagai kebutuhan mereka seperti belajar, hiburan, bersosialisasi, dan berbelanja (Lee dan Wu, 2013; Wu dan Peng, 2017). Kebutuhan internet tidak terbatas usia, dari anak-anak sampai orang tua membutuhkan internet, dan remaja merupakan kelompok usia yang paling banyak membutuhkan internet (Norris, 2007). Internet merupakan sumber penting untuk memenuhi kebutuhan hidup remaja. Tanpa adanya internet, remaja akan merasa tertinggal dari berbagai informasi terbaru (Crutzen Nooijer, Brouwer, Oenema, Brug, dan de Vries, 2011).

Perkembangan teknologi informasi dan juga internet di era globalisasi ini sangat tinggi dan semakin luas. Dengan adanya teknologi yang terhubung secara online tanpa ada batas waktu dan tempat, sehingga keduanya banyak diterapkan dalam bisnis di perusahaan dalam berbagai bidang. Salah satunya adalah untuk pemasaran, dengan menggunakan teknologi yang ada, aktivitas pemasaran pada perusahaan menjadi lebih mudah dan lebih luas jangkauannya. Tidak hanya untuk perusahaan saja yang mendapatkan manfaatnya tetapi para konsumen juga lebih mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan mengenai jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan lebih mudah untuk memesan dan membelinya. Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah e-commerce bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat. E- Commerce merupakan proses pembelian dan penjualan jasa dan barang-barang secara elektronik dengan transaksi bisnis terkomputerisasi menggunakan internet, jaringan, dan teknologi digital lain. (C. Laudon dan P. Laudon, 2005).

Sekitar tahun 2020, penyakit pandemi Covid-19 (corona virus) merebak di Indonesia. Virus Corona merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh virus corona yang baru ditemukan. Pandemi global Covid-19 menyerang semua sektor, terutama sektor ekonomi, dampak ekonomi ini terjadi tidak hanya di dalam negeri, tetapi juga secara global. Di Indonesia, hal ini tentunya juga akan berdampak signifikan terhadap industri pariwisata, sektor perdagangan, dan industri termasuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Sebuah survei yang dilakukan oleh UMKM Indonesia pada tahun 2020 menemukan bahwa 8% UKM masih melihat peningkatan penjualan meskipun puncak pandemi Covid19, semua UMKM tersebut sudah menjual produknya secara online. Pelaku usaha yang mampu bersaing merupakan pelaku usaha yang mampu mengimplementasikan teknologi dalam usahanya, salah satu jenis implementasi teknologi dalam meningkatkan persaingan bisnis adalah dengan menggunakan electronic commerce (e-commerce).

Seiring dengan kemajuan teknologi dengan memanfaatkan sistem e-commerce dapat dikembangkan untuk meningkatkan efektivitas dan kualitas penjualan dan pembelian. Sistem e-commerce memiliki sejumlah fasilitas seperti belanja online, testimoni, cara kirim, dan masih banyak lagi. Efektifitas merupakan suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektifitasnya". Hidayat, (1986) dalam penelitian Yulistia (2017). Efektivitas merupakan keberhasilan organisasi dalam menjalankan program atau kebijakannya melalui berbagai sarana dan cara serta upaya memanfaatkan segala sumber daya dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Teknologi internet yang semakin tumbuh dan semakin banyak digunakan turut merubah proses bisnis yang semula konvensional (offline) menjadi digital (online). Teknologi Informasi berbasis e-commerce dianggap sudah efektif. Dianggap sudah efektif dikarenakan sarana dan prasarana telah dirasakan dan dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM. Akibat pandemi covid-19 banyak pelaku usaha umkm yang mau tak mau, harus mengalihkan fokus usaha ke ranah online. Sebanyak 57% UMKM mengatakan bahwa shopee merupakan platform e-commerce yang mampu mendatangkan omzet atau penjualan terbesar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif yaitu berdasarkan suatu konteks kasus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Jenis penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mendapatkan data yang lengkap, lebih mendalam, dan bermakna bertujuan penelitian dapat tercapai. Pendekatan penelitian yang penulis gunakan yaitu pendekatan lapangan (Field Research). Field Research adalah penelitian yang dilakukan secara langsung untuk memperoleh data yang diperlukan dan penelitian yang objeknya mengenai gejala-gejala atau peristiwa yang terjadi pada suatu kelompok masyarakat. Fenomena disini mengenai masalah efektivitas pemanfaatan E-Commerce shopee dalam keberlangsungan UMKM Mandailing dimasa pandemi covid-19, Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendekatan Sumber

Dengan pendekatan sumber ini berupa mengukur daya guna dari segi masukan informan, ialah dengan mengukur keberhasilan informan dalam memperoleh sumber daya yang diperlukan toko usaha Mandailing untuk memperoleh promosi yang baik. Pendekatan ini melihat kalau semua informan memiliki hubungan yang menyeluruh dengan lingkungan sebab dari lingkungan dapat diperoleh sumber-sumber yang menjadi masukan bagi semua informan. Sumber masukan yang dimaksud disini adalah masukan berupa pendapatan dan bertambahnya pelanggan.

Usaha UMKM Mandailing ditinjau dari ukuran pendekatan sumber maka kemampuan untuk memanfaatkan lingkungan dan menyesuaikan diri terhadap perubahan lingkungan sudah baik. Hal tersebut dapat dilihat dari pengakuan bapak H.Rahmat Lubis yang dimana ia mengatakan bahwa

”sebelum pandemi untuk mengenalkan usaha saya ke konsumen itu dari mulut ke mulut dan pembelinya itu rata-rata masyarakat dari sekitaran rumah. Tahun 2020 pas awal pandemi saya mencoba memunculkan layanan pengiriman dan pemasarannya via online”

“ya, tentu saja. Pas awal pandemi, pendapatan toko usaha saya mengalami penurunan, saya berpikir bagaimana usaha saya tetap berlangsung di tengah pandemi lalu saya mengambil keputusan untuk berjualan online di shopee. Dengan seiringnya waktu, usaha saya di shopee mulai berkembang, mulai ramai. Jadi menurut saya shopee itu menjadi solusi yang tepat untuk keberlangsungan usaha saya.”

Berdasarkan hasil yang di dapat dari wawancara dengan pemilik owner, pemilik toko Mandailing mengatakan bahwa dengan memperkenalkan toko online baru di E-Commerce shopee lewat aplikasi Whatapp juga membawa pelanggan baru untuknya sehingga memiliki hubungan menyeluruh dengan lingkungannya. Baginya menawarkan produk lewat aplikasi Whatsapp juga mampu menarik pelanggan untuk bertransaksi. Aplikasi Whatsapp juga mempermudah bisnis memasarkan produknya, pebisnis dapat berhubungan langsung dengan pelanggan tanpa perantara. Bagi masyarakat setempat yang enggan membeli produk lewat shopee, mereka juga bisa membeli produk lewat whatsapp yang nantinya barang akan dikirim langsung ke rumahnya oleh karyawan bagian gudang dengan waktu pengiriman yang lebih cepat.

Pendekatan Proses

Merupakan pendekatan yang mengukur efektivitas dengan memandang sejauh mana pelaksanaan program dari semua kegiatan proses internal atau mekanisme organisasi.

Berdasarkan fakta yang didapat dilapangan bahwa proses pelaksanaan dari kegiatan layanan E-Commerce maupun diterapkannya E-Commerce oleh pelaku usaha sudah berjalan dengan skala baik. Dari segi komunikasi ditunjukkan dengan adanya pengakuan dari sumber informan bahwa komunikasi vertikal dan horizontal yang lancar dalam pelaksanaan program, begitu pula dengan adanya usaha dari setiap dinas dan pelaku usaha sendiri untuk mencapai tujuan penerapan E-Commerce yang telah direncanakan.

Kegiatan usaha UMKM Mandailing mulai dari awal memulai merintis usahanya hingga berhasil mengembangkan keberlangsungan usahanya, dimana proses awal membuka usaha dengan pengikut yang sedikit serta tidak tahu bagaimana mengembangkan usahanya di E-Commerce shopee hingga berhasil membentuk toko star dengan pengikut yang lumayan banyak dengan adanya layanan internet sangat membantu dalam pengelolaan keberlangsungan usaha toko ini dalam pelaporan dan kontrol usaha sudah berjalan dengan skala baik.

Pendekatan Sasaran

Selanjutnya pendekatan ini memusatkan perhatian pada output, mengukur keberhasilan usaha UMKM untuk mencapai hasil (output) yang sesuai dengan rencana. Hal ini dilihat dari salah satu pelaku usaha atau informan yaitu bapak H. Rahmat Lubis mengatakan bahwa

“Mulai terjadinya pandemi covid-19 sampai saat ini alhamdulillah berpengaruh untuk usaha saya, karena saya menggunakan fitur yang telah disediakan oleh pihak shopee seperti diskon produk barang yang jual, buat voucher toko, dekorasi lapak, dan lain-lain. Hal tersebut membuat toko online saya terus berlangsung dan meningkat 100%.”

Berdasarkan hasil wawancara dilapangan bahwa telah terjadi peningkatan produktivitas serta keuntungan yang bertambah hingga daya tahan usaha dari pelaku usaha atau informan di UMKM Mandailing. Hal tersebut sesuai dengan indikator pencapaian efektivitas dalam pendekatan ini yakni produktivitas yang tinggi, keuntungan yang maksimal, pertumbuhan usaha, stabilitas usaha dan kesejahteraan karyawan.

Maka dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan E-Commerce shopee memberikan efektivitas untuk keberlangsungan UMKM Mandailing dimasa pandemi covid-19 dengan memberikan kebijakan untuk mendukung peningkatan penjualan di shopee seperti adanya kebijakan flash sale, voucher toko, promosi barang, tidak terkait dengan waktu dan tempat tetapi hanya terkait jaringan koneksi serta mengesahkan kebijakan keamanan demi terjaganya informasi privasi toko UMKM Mandailing.

Hambatan dalam pemanfaatan E-Commerce shopee untuk keberlangsungan UMKM Mandailing dimasa pandemi covid-19

Dari hasil wawancara dengan pemilik atau owner UMKM Mandailing mengatakan bahwa terdapat berbagai hambatan- hambatan ketika berjualan online di E-Commerce shopee, berjualan online terkadang tidak semulus yang kita harapkan, banyak hambatan- hambatan yang terjadi begitu saja tanpa kita memintanya. Hambatan-hambatan yang telah dilalui oleh UMKM Mandailing :

1. Terbatasnya pengetahuan tentang bisnis online.

Banyak orang yang ikut-ikutan membuka toko online pada E-Commerce Shopee, namun dia tidak mengetahui apa saja yang harus dilakukan untuk menunjang kesuksesan bisnisnya. Sehingga bisnis online yang dijalankan, hasilnya juga tidak optimal. Solusi : untuk menambah pengetahuan, bisa mempelajarinya dari buku berbisnis online yang sudah banyak beredar dipasaran, atau bisa juga dengan

mencari panduan serta mengikuti kursus online yang saat ini banyak tawaran oleh para pakar bisnis online dan pakar internet marketing.

2. Konsumen banyak bicara

Memang banyak pembeli yang gampang menerima apa adanya, tapi tak jarang datang konsumen kritis dan banyak maunya. Ada yang gampang panik dan suka mencari-cari kesalahan. Ada yang banyak tanya tapi ujung-ujungnya tak lakukan pembelian. Apapun alasannya, itulah tantangan berbisnis online. Sebagai penjual, harus mampu menangani pelanggan dengan baik karena hal itu menyangkut citra dan kredibilitas bisnis pada toko online. Maka, walaupun tak pernah bertemu langsung dengan mereka, kamu harus tetap sabar dan selalu memberikan layanan terbaik. Solusi : Tak sekadar fast respon, kamu juga tidak boleh mengabaikan kecepatan dalam membalas chat. Buatlah jadwal membalas pesan atau jadwal responsif, dan cantumkan di pesan otomatis pada fitur chat di E-Commerce shopee.

3. Persaingan bisnis online yang sangat tinggi

Kemajuan teknologi, mendukung sebagian besar orang memasarkan produknya melalui internet. Jadi bisa dipastikan persaingannya sangat ketat, karena berbisnis online melalui E-Commerce sudah dijalankan ribuan orang di berbagai negara. Solusi : Dukung dengan kegiatan promosi online, seperti memberikan konten gratis pada pelanggan, memasang banner di website, bergabung dengan forum bisnis secara online, atau juga bisa memasarkannya secara offline. Sehingga usaha bisnis tersebut semakin dikenal banyak orang.

E-Commerce shopee sudah jauh berkembang dibanding beberapa tahun yang lalu. Semakin hari semakin berkembang fitur-fitur yang disediakan. Sehingga memang ada banyak fitur yang tidak dapat dijangkau dengan baik bagi penjual. Apalagi sekarang sudah tersedia alat beriklan di shopee. Bagaimana cara pakainya, efektif yang mana, promo mana yang harus diikuti dan masih banyak lagi hal-hal yang harus dipelajari.

Maka dapat diambil kesimpulan bahwa memang banyak hambatan-hambatan yang dihadapi ketika berbisnis online melalui E-Commerce shopee tetapi untuk menangani hambatan-hambatan tersebut pihak shopee sudah memberikan yang buku panduan yang tertera pada website shopee sendiri agar pelaku bisnis dapat mempelajarinya sehingga berkembang dan mampu menjalani bisnisnya dengan lancar

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan dengan cara pengumpulan data melalui wawancara, studi dokumentasi dan observasi ke pemiliki atau owner UMKM Mandailing yang berada di desa Poncol II Jakarta Selatan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Adanya E-Commerce shopee membawa keefektivan terhadap keberlangsungan UMKM Mandailing, menjadikan UMKM Mandailing terus berlangsung dimasa pandemi sampai saat ini. Mengalami penurunan omzet atau pendapatan sebelum bergabung di E-Commerce shopee, menjadikan terus berkembang lebih baik setelah bergabung di E-Commerce shopee. Efektivitas pemanfaatan E-Commerce shopee bisa dilihat dari jumlah pendapatan yang di dapat oleh UMKM Mandailing.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat keefektivitas yang positif dan signifikan antara pemanfaatan E-Commerce terhadap keberlangsungan UMKM Mandailing maka saran dari peneliti adalah agar toko UMKM Mandailing dapat meningkatkan pemanfaatan E-Commerce sebagai media untuk berwirausaha.

Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat meneliti atau mengkaji mengenai pemanfaatan E-Commerce yang tidak hanya digunakan sebagai media berjualan maupun promosi, namun juga dapat meneliti dan mengkaji mengenai faktor atau hambatan penyebab lain yang dapat menyebabkan UMKM berbisnis online, agar dapat menunjukkan bahwa UMKM penerus merupakan generasi yang berkualitas dan mampu berdiri di kaki sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandi, Y. T. (2018). Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Perkembangan Usaha Kecil Menengah Di Sentra Industri Sandal & Sepatu Wedore Kabupaten Sidoarjo. *Volume 6, Nomor 2, Maret-Agustus 2018*, 6.
- Amri, A. (2020, Juni). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2 No.1, 2-8.
- Danu Kusbandono, S. R. (2020, Januari). Hambatan-hambatan Dalam Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Dengan Menggunakan Teknologi Informasi (E-Commerce) Untuk Meningkatkan Penjualan Bibit Ikan Di Desa Plosobuden Dan Kec. Deket Kab. Lamongan. *18*, 287-299.
- Dini Setyorini, E. N. (2019, Mei). Pengaruh Transaksi Online (e-Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen Edisi Mei, Vol 3 No 5*, 508.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68-73.
- Efektivitas Pemberdayaan E-Commerce Terhadap Peningkatan Wirausaha Santri. (2020). *Jurnal Abdimas Perbanas 1.1 (2020): 1-10.*, 1, 3-10.
- Jessica Dea Prisiela S, Jandy Edipson Luik, Judy Djoko W. Tjahjo. Efektivitas Iklan Shopee Edisi 'Main Shopee Tanam, Menang THR 10 Milyar'di YouTube pada Masyarakat Surabaya. (2021). *Jurnal e-Komunikasi* 9.2.
- Pemanfaatan Marketplace Shopee Untuk Keberlangsungan UMKM Batik Kampung Tematik Durenan Indah Semarang. (2022, Mei). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1-10.
- Rahmadani, N., Handayani, M., Rohminatin, R., & Putri, P. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Bagi Generasi Milenial. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 3(2), 123-128.
- Romindo, M. D. (2019). *E-Commerce : Implementasi, Strategi dan Implementasinya*. (T. Limbong, Penyunt.) Yayasan Kita Menulis.
- Sandra Ayu, A. L. (2020, Desember). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9, 114-123.
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2).
- Shrihardina, N. (2021). *Efektivitas E-Commerce Bagi Komunitas TDA Luwu Raya Dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Dimasa Pandemi* (Doctoral dissertation Institut Agama

Suswanto, P. &. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *LINIMASA: Jurnal Ilmu Komunikasi* , 3 (2), 16-29., 27.