



Kontribusi e-commerce dalam meningkatkan omzet penjualan pada usaha mikro di Kecamatan Besuki

Farhana¹, Muhammad Anasrullohm²

^{1,2}Universitas Bhineka PPGRI Tulungagung
Farhana230899@gmail.com¹, anasrullohm7@gmail.com²

Info Artikel :

Diterima : 7 Maret 2022

Disetujui : 11 Maret 2022

Dipublikasikan : 15 Maret 2022

ABSTRAK

Kata Kunci :
*E-commerce ,
Omzet
penjualan ,
Usaha mikro*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi e-commerce dalam meningkatkan omzet penjualan pada usaha mikro. Objek penelitian adalah para pelaku usaha mikro di kecamatan Besuki. Rumusan masalah penelitian adalah: bagaimana pengaruh e-commerce terhadap omzet peningkatan penjualan usaha mikro di kecamatan Besuki. Pendekatan yang dilakukan peneliti adalah pendekatan kualitatif, dengan mencari tau data yang valid peneliti melakukan wawancara dan dokumentasi langsung ke lapangan. Peneliti meneliti para usaha mikro sebanyak 6 orang.

ABSTRACT

Keywords :
*E-commerce ,
Sales turnover ,
Microbusiness*

The purpose of this study was to determine the contribution of e-commerce in increasing sales turnover in micro-enterprises. The object of research is micro business actors in Besuki sub-district. The research problem formulation is: how is the influence of e-commerce on the sales turnover of micro businesses in Besuki sub-district. The approach taken by researchers is a qualitative approach, by looking for valid data, researchers conduct interviews and documentation straight to the field. Researchers examined the micro-enterprises as many as 6 people..

PENDAHULUAN

Usaha mikro merupakan kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar, dan belum bebrabdan hukum. Hasil penjualan tahunan usaha mikro tersebut paling banyak Rp.100.000.000,00 dan milik Warga Negara Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi usaha mikro yaitu berdasarkan pada kuantitas tenaga kerja. Ada beberapa tujuan dari usaha mikro adalah untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan

Usaha mikro mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Usaha mikro menjadi prioritas atau tulang punggung system ekonom kerakyatan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran, selain itu usaha mikro juga berperan dalam pendistribusian hasil – hasil pembangunan. Keberadaan usaha mikro

merupakan satu hal yang sangat penting dalam perekonomian, dimana dalam kondisi ekonomi yang tidak kondusif usaha mikro dapat menjadi alternative yang mampu mengurangi beban berat yang di hadapi perekonomian nasional. Usaha mikro mempunyai peran penting terhadap pertumbuhan dan pembangunan perekonomian nasional. Hal ini di buktikan saat di tengah terpaan krisis, moneter namun tidak mempengaruhi permintaan barang dan jasa yang di hasilkan usaha mikro. Berbeda dengan kondisi usaha skala besar yang justru bertumbangan karena permintaan pasarnya kian berkurang dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Peran usaha mikro dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari (Kementrian Koperasi dan UKM, 2005) yaitu : (a) Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sector; (b) Penyedia lapangan kerja terbesar; (c) Pencipta pasar baru dan sumber inovasi; (d) Pemain oenting dalam pengembangan kegiatan sekonomi local dan pemberdayaan masyarakat.

E-commerce adalah segala bentuk transaksi baik itu penjualan maupun pembelian secara online atau menggunakan jaringan computer, menurut Fitcher (2003) yang dimaksud dengan E-commerce adalah seluruh pembelian dan penjualan, baik yang dilakukan oleh entitas bisnis, konsumen pemerintah organisasi sector public maupun swasta yang dimana dilakukan dengan mediasi jaringan computer. E-commerce didefinisikan sebagai traksaksi komersial yang melibatkan pertukaran nilai yang dilakukan melalui atau menggunakan teknologi digital antara individu.

Kata e dalam e-commerce ini berarti electronic yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara electronic lewat internet atau jaringan syber. Bersumber dari wekipedia online (2009) secara umum e-commerce dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan/perniagaan barang atau jasa {trades of goods and services) dengan menggunakan media electronic. E-commerce adalah penyebaran pembelian pemasaran barang dan jasa melalui system elektronik seperti internet atau jaringan computer lainnya, e-commerce dapat melibatkan transfer dana electornic, pertukaran data electronic system manajemen inventori dan system pengumpulan data otomatis. Sementara itu perdagangan electronic atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan computer untuk melaksanakan proses bisnis, Pandangan populer dari e-commerce, adalah penggunaan internet dan computer untuk melaksanakan proses bisnis, pandangan populer dari e-commerce, adalah penggunaan internet dan computer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk.

Omset mempunyai arti sejumlah uang hasil penjualan barang dagangan tertentu pada masa jual. Perdagangan pada umunya ialah pekerjaan membeli suatu barang dari suatu tempat dan suatu waktu dan menjual barang tersebut di tempat dan waktu lainnya untukl mendapatkan keuntungan.

Tjiptono berpendapat bahwa omset adalah hasil dari penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan sebelumnya, kemudian menghasilkan uang sehingga perusahaan akan mendapatkn laba dari setiap penjualan per unitnya.

Omzet berasal dari bahasa belanda yang memiliki arti jumlah total penjualan dari sebuah perusahaan / organisasi dalam periode tertentu dan terdiri dari dua komponen harga dan kualitas jual. Meningkatkan omzet penjualan adalah tantangan besar bagi para pelaku usaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha sangat di tentukan oleh seberapa banyak produk yang laku di pasaran. Untuk itu di perlukan strategi khusus dalam pencapaiannya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan pendekatan yang digunakan peneliti yaitu kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrument penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan tujuan untuk mempelajari peningkatan penjualan usaha mikro kecil di kabupaten Tulungagung. Peneliti menggunakan teknik untuk memilih sampel penelitian yaitu purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel tidak berdasarkan aturan atau (random), daerah, ataupun strata. Pengambilan sampel ini berdasarkan adanya pertimbangan pada tujuan tertentu. Kemudian menurut Sugiyono, definisi purposive sampling ini yaitu teknik penentuan sampel penelitian melalui proses pertimbangan yang matang. Dengan begitu, hasilnya akan representatif.

Waktu penelitian dimulai bulan juni sampai juli 2021. Untuk lokasi penelitian dilakukan di tempat pelaku usaha mikro di kabupaten Tulungagung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Electronic commerce (e-commerce) merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000 dalam Suyanto, 2003a). E-commerce menurut Suyanto (2003b) memiliki dampak yang sangat banyak baik bagi pebisnis, konsumen maupun masyarakat secara umum. Dampak-dampak tersebut tentu akan mendorong pertumbuhan ekonomi wilayah lebih cepat daripada perdagangan konvensional yang mengharuskan terjadinya tatap muka antara penjual dan pembeli. Dalam paper ini akan dibahas sejauh mana tingkat perkembangan wilayah mempengaruhi perkembangan ecommerce.

Dalam hasil penelitian yang saya peroleh dari hasil wawancara langsung ke lapangan peneliti mengetahui para pelaku mikro setelah adanya e-commerce omzet mereka mengalami penurunan apalagi dengan kondisi yang seperti saat ini tidak memungkinkan para penjual untuk menjualkan dagangannya banyak dari para pelaku usaha menutup tempat penjualan mereka untuk sementara waktu karena tidak adanya pembeli maupun tekerna imbas adanya covid – 19 yang menjadikan para pelaku usaha mengalami penurunan. Tetapi sekarang setelah adanya handphone dan juga adanya e-commerce / platform digital dapat mempermudah para pelaku usaha dari konsumen maupun produsen untuk berbelanja maupun menjual dagangan barang mereka. Para pelaku usaha hanya butuh handphone jasa tidak perlu menyewa lapak, mengaji karyawan karena bisa dilakukan sendiri – sendiri di rumah masih – masing para pelaku usaha mikro hanya mempromosikan barang jualan mereka bisa makanan, minuman, perlengkapan rumah tangga, baju, jasa semua tinggal di promosikan kepada platform digital instagram, facebook, whatsapp maupun platform yang akhir – akhir ini trending yaitu platform digital tik tok. Dengan begitu para pelaku usaha dapat menjualkan barang mereka, mereka juga tidak perlu memunyai stock barang, pada saat saya mewawancarai salah satu informan ada dari mereka yang menjualkan makanan dan minuman mereka pada saat pagi dia memposting barang dagangannya lalu membatasi waktu untuk maksimal pemesanan jadi para pembeli juga hanya tinggal memesan seperti yang di inginkan nanti penjual juga biasanya yang langsung mengirim pesanan mereka ke rumah pembeli jadi penjual tidak membuang penjualan yang tidak laku karena penjual membuat kan sesuai pesanan dari pembeli yang masuk pada platform digital mereka. Dengan begitu e-commerce dapat meningkatkan penjualan para pelaku usaha mikro di kecamatan Besuki

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa dengan adanya E – commerce maka penjualan pada usaha mikro di kecamatan besuki sangatlah terbantu omzet perbulannya juga meningkat tetapi pada saat ini para pelaku usaha mikro masih mengalami kendala akibat adanya Covid 19 yang mengakibatkan adanya PPKM bukan hanya rugi bagi penjual bagi pembeli pun juga sama karena ada keterbatasan pengiriman yang mengakibatkan barang datang tidak tepat waktu. Pada saat ini banyak dari kalangan bawah, menengah maupun kalangan atas juga mengikuti teknologi yang canggih dengan menjual belikan dangangan mereka di berbagai platform digital. Penjualan pada e-commerce tidak hanya menjualkan pakaian, tas, sepatu ada juga yang menjual makanan dan minuman, jasa fotografer maupun jasa membuka tempat les anda dapat langsung melihat ke marketplace banyak sekali penjualan disana jadi di masa pandemic ini dapat memudahkan anda untuk berbelanja tanpa keluar rumah karena anda dapat mengirimkan barang belanjaan anda. Dengan begitu para usaha mikro dapat dengan mudah menjualkan dangangan mereka hanya dengan menggunakan Hand phone pendapatan para pelaku usaha juga bertambah omzet penjualan juga semakin naik. Meskipun ada kendala seperti pandemi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Farhatul. *Pengaruh Perkembangan E-Commerce dan Infrastruktur Telekomunikasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Tahun*. no. 11160840000063, 2020, hal. 22–27.
- Basuki, Kustiadi. “*济無No Title No Title.*” *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, vol. 53, no. 9, 2019, hal. 1689–99, www.journal.uta45jakarta.ac.id.
- F, Keifer GEffenberger. “*济無No Title No Title No Title.*” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1967, hal. 22–35.
- Fajri, Ilham. “Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa.” *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, vol. 8, no. 1, 2018, hal. 45, doi:10.17509/thej.v8i1.11689.
- HELMALIA, HELMALIA, dan AFRINAWATI AFRINAWATI. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang.” *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, vol. 3, no. 2, 2018, hal. 237, doi:10.15548/jebi.v3i2.182.
- Ii, B. A. B., et al. *Tulus Tambunan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia (Isu-Isu Penting)*, Jakarta: LP3ES, 2012, h. 12 14 18. 2008, hal. 18–42.
- Industri, Sentra, et al. *Pengaruh e-commerce terhadap peningkatan pendapatan sentra industri keripik pisang bandarlampung ditinjau dari etika bisnis islam*. 2017.

Pradana, Mahir. "Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce." *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia*, vol. 9, no. 2, 2015, hal. 32–40