

Research Article

Application of E-Commerce in Improving UMKM Economic

Tatiek Setyorini

Guru SMKN 1 Kraksaan

E-mail: tatieksetyorini@gmail.com

Copyright © 2024 by Authors, Published by Manajia: Journal of Education and Management.

Received : February 15, 2024

Revised : March 28, 2024

Accepted : April 15, 2024

Available online : April 30, 2024

How to Cite: Tatiek Setyorini. (2024). Application of E-Commerce in Improving UMKM Economic. Manajia: Journal of Education and Management, 2(2), 1-12. <https://doi.org/10.58355/manajia.v2i2.35>

Abstract. This research aims to analyze the application of e-commerce, strategies for using e-commerce and the impact of using e-commerce in improving the economy of UMKMs in Tisnonegaran Village, Probolinggo City. The method in this research uses a qualitative analysis method with a field research model. Data collection methods use interviews, observation and documentation. The results of this research are 1) The application of E-commerce in improving the economy of UMKMs in Tisnonegaran Village, Probolinggo City, which plays an important role in empowering and improving the quality of the community's economy through technological support. E-commerce provides services that are concise, effective and efficient so that they can be done anywhere and at any time and can increase revenue turnover. 2) The strategy for using E-Commerce in improving the UMKM economy in Tisnonegaran Village, Probolinggo City, namely improving the quality of human resources, good and fast service strategies, providing the best prices and discounts to attract customer interest and displaying descriptions of goods according to conditions and providing attractive photos. 3) The use of e-commerce will have positive impacts such as increasing income, products being easily recognized by consumers, saving promotional costs, increasing the speed of transactions that can be accessed 24 times and providing security and convenience in the transaction process. Apart from having a positive impact, the use of e-commerce also has a negative impact, such as increasingly fierce competition.

Keywords: E-Commerce, Economy, UMKM.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan e-commerce, strategi penggunaan e-commerce dan dampak pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan perekonomian UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan model field research (penelitian lapangan). Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun hasil dari penelitian ini 1) Penerapan E-commerce dalam meningkatkan perekonomian UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo yaitu berperan penting dalam memberdayakan dan meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat melalui dukungan teknologi. E-commerce memberikan layanan penggunaan yang ringkas, efektif dan efisien sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja serta dapat meningkatkan omset pendapatan. 2) Strategi penggunaan E-Commerce dalam meningkatkan perekonomian UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo yaitu peningkatan kualitas SDM, strategi pelayanan yang baik dan cepat, memberikan harga terbaik dan potongan harga untuk menarik minat pelanggan serta menampilkan deskripsi barang sesuai dengan kondisi dan memberikan foto yang menarik. 3) Pemanfaatan e-commerce akan memberikan dampak positif seperti pendapatan semakin meningkat, produk mudah dikenal oleh konsumen, menghemat biaya promosi, meningkatkan kecepatan bertransaksi yang dapat diakses 24 serta memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses transaksi. Selain memberikan dampak positif, pemanfaatan e-commerce juga memberikan dampak negatif seperti adanya persaingan yang semakin ketat.

Kata Kunci: E-Commerce, Perekonomian, UMKM.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di suatu negara dapat meningkatkan perekonomian di berbagai macam jenis kegiatan ekonomi salah satunya pada sektor industri. Pembangunan ekonomi bukan hanya dapat diukur dari kenaikan produksi barang dan jasa tetapi, dapat diukur melalui berbagai aspek ekonomi diantaranya seperti pendidikan, infrastruktur yang tersedia, dapat meningkatkan kesehatan, menggunakan alat modern (teknologi), meningkatkan pendapatan kesejahteraan masyarakat. (Risda Choirunisa, 2023)

Salah satu usaha dalam meningkatkan perekonomian yaitu dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang juga mempunyai fungsi sangat penting dalam perkembangan pembangunan ekonomi serta dapat meningkatkan terserapnya tenaga kerja yang cukup tinggi, kebutuhan modal investasi yang kecil. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga dapat menyesuaikan kondisi pasar yang terus berubah pada saat ini. Industri rumah tangga disebut sebagai Industri mikro dipedesaan, dan dianggap menjadi salah satu bentuk dari perubahan struktur ekonomi yang ada dipedesaan. Ariawati menambahkan industri mikro dapat menjadi sektor yang dapat menjadi landasan harapan rakyat Indonesia.

Salah satu penggerak roda perekonomian nasional ialah peran dari UMKM, salah satu perannya dapat terlihat dari penyerapan tenaga kerja yang lebih tinggi dibanding sektor lain yang ada di Indonesia. UMKM dapat menurunkan tingkat

pengangguran dan angka keluarga miskin di Indonesia. Pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat dasar kehidupan perekonomian dari sebagian besar rakyat Indonesia. Pemberdayaan UMKM diarahkan untuk membangun kemandirian dan daya saing melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif, penerapan iptek, dan penguatan skala ekonomi. Pemberdayaan UMKM juga digunakan untuk meningkatkan kontribusinya dalam meningkatkan perekonomian baik dalam penanggulangan kemiskinan dan penciptaan lapangan pekerjaan (Anonimius, 2015). Selain itu perkembangan peran UMKM yang besar ditunjukkan oleh banyaknya jumlah unit usaha serta kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja. Disamping memiliki peranan yang signifikan terhadap perekonomian, Di era globalisasi saat ini UMKM harus mampu menghadapi tingginya persaingan usaha dan tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran

Pemanfaatan teknologi informasi khususnya sistem E-Commerce dianggap sebagai salah satu solusi yang dapat digunakan untuk membantu peningkatan dan perkembangan UMKM. Faktor penting dalam penggunaan E-Commerce adalah untuk meningkatkan kemampuan mendapatkan feedback dari pelanggan secara cepat, disamping itu juga bisa menghemat biaya untuk pemasaran. Tanpa pemanfaatan sistem E-Commerce diyakini bahwa UMKM akan melemah dalam pemasarannya. Fatmariyani dalam penelitiannya menunjukkan bahwa semakin tinggi adopsi teknologi informasi sistem E-Commerce dalam UMKM, maka semakin tinggi pula kinerja dari UMKM tersebut. Sevtian juga menunjukkan besarnya pengaruh secara simultan antara E-Commerce terhadap volume penjualan sebesar 90,9% dan sisanya dipengaruhi faktor yang lain. Pemanfaatan E-Commerce yang sangat dirasakan yaitu meningkatnya omzet penjualan sebesar 31%. Karagozoglu dan Lindell mengemukakan bahwa E-Commerce memiliki dampak positif pada pengembangan basis pelanggan (fungsi pemasaran) dan tidak berdampak signifikan pada manajemen pembelian (Muhammad Ikhsan, 2020)

Konsep dari electronic commerce (E-Commerce) ini digambarkan dengan proses jual beli barang pada internet, atau proses jual beli pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet. Pada masa pemberlakuan PSBB e-commerce di Indonesia mulai meningkat sehingga mendorong perubahan pada pola konsumsi masyarakat. Seiring berjalannya waktu ecommerce di Indonesia memiliki peningkatan penggunaan, sehingga pelaku UMKM mulai beralih menggunakan pemasaran digital atau menggunakan ecommerce, yang menawarkan usaha lebih cepat dan tanpa modal yang banyak. Pembangunan sistem e-commerce dapat dilakukan dengan melakukan instalasi dan konfigurasi pada Content Management Systems Wordpress yang telah tertanam dengan plugin WooCommerce. (Renny Sari Dewi, 2019)

Hal ini menyebabkan tingginya angka pelaku usaha UMKM yang beralih menggunakan e-commerce. E-commerce menjadi salah satu alat yang dapat digunakan untuk melakukan pemasaran dan mendorong pelaku UMKM untuk memperoleh keuntungan. Ecommerce hingga saat ini masih menjadi sarana belanja yang paling mudah dan banyak digunakan oleh masyarakat. (Amanda Mastisia

Rakanita, 2019). Hal ini dilakukan karena E-commerce telah memberikan dampak positif pada berbagai unsur bisnis dengan menyediakan cara yang inovatif dalam mengelola sumber daya yang tersedia secara efisien (Ade Onny Siagian, 2021)

Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti bahwa keberadaan UMKM di Kota Probolinggo khususnya di kelurahan Tisnonegaran sangat mewarnai kehidupan sektor ekonomi masyarakat. UMKM di kelurahan Tisnonegaran tumbuh dengan sangat pesat jika dibandingkan dengan kelurahan lain di Kota Probolinggo. Jumlah UMKM yang terdapat di kelurahan Tisnonegaran sekitar 110 UMKM pada berbagai bidang usaha. Jenis usaha yang terkenal dari UMKM kelurahan Tisnonegaran adalah produk olahan yang akan menjadi oleh-oleh khas Probolinggo yang sangat diminati masyarakat luar daerah Kota Probolinggo seperti kripik, krupuk, selai mangrove dan lain sebagainya. Sebagian besar hasil produk telah dipasarkan di wilayah kota Probolinggo, Malang, Jember, Lumajang dan daerah lain. Tingginya permintaan menyebabkan pelaku usaha untuk memasarkannya di e-commerce. Tak jarang semua pelaku UMKM di kelurahan Tisnonegaran memasarkan produknya menggunakan e-commerce. Hal ini dilakukan karena sadarnya perkembangan teknologi saat ini dan pemanfaatan e-commerce akan berdampak pada hasil penjualan sehingga tidak lemah akan daya saing dan tertinggal dengan perusahaan-perusahaan besar yang telah memanfaatkan e-commerce (bisnis online) sebagai pemasaran yang efektif dan efisien.

Dari analisis yang dilakukan oleh peneliti tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu Eka Waliyati yang juga mengungkapkan bahwa pada era digital memunculkan peluang yang sangat besar khususnya bagi UMKM. Lahirnya berbagai jenis platform sangat memudahkan para pelaku UMKM untuk mengenalkan bisnisnya dengan jangkauan masyarakat atau calon konsumen yang lebih luas, serta dan kemudahan dalam melakukan transaksi. (Eka Waliyati, 2020). Satriadi juga mengungkapkan bahwa sistem e-commerce ini dapat digunakan untuk memasarkan produk pada UMKM dengan jangkauan pemasaran yang lebih luas, biaya komunikasi antara pemilik UMKM dan konsumen lebih cepat, dan murah, dan statistik data konsumen, pengunjung, produk, dan lain-lain dapat di lihat pada periode tertentu.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti ingin mengetahui peran e-commerce dalam meningkatkan perkembangan bisnis pada wirausaha berskala mikro di Kota Probolinggo khususnya di Kelurahan Tisnonegaran. Maka dari itu peneliti mengangkat judul penelitian tentang "Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Perekonomian UMKM". Dimana tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan penerapan e-commerce, strategi penggunaan e-commerce dan dampak pemanfaatan e-commerce dalam meningkatkan perekonomian UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan terkait dengan fenomena-fenomena sosial yang ada dengan mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian

hipotesis. Metode penelitian ini akan membahas dan menganalisis masalah berdasarkan kondisi yang sebenarnya yang terjadi di objek penelitian. Data yang diperoleh selama penelitian akan diolah, dianalisis, diproses lebih lanjut dengan dasar teori yang ada dan telah dipelajari. Selain itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Sugiyono, 2013).

Penelitian ini tergolong sebagai field research (penelitian lapangan). yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan atau di lingkungan tertentu (Arikunto, 2013). Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung ke lapangan untuk memperoleh data yang konkrit tentang penerapan e-commerce dalam meningkatkan UMKM. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui perantara. Sumber data primer diperoleh dengan melakukan wawancara langsung kepada enam wirausahawan berskala mikro yang menggunakan e-commerce dalam menjalankan bisnisnya di Kota Probolinggo. Sumber data sekunder dilakukan dengan menganalisis data dari berbagai sumber dokumen lain pendukung penelitian.

Analisis data dilakukan dengan cara mengklasifikasikan data yang telah diperoleh dan menggambarkannya dalam bentuk narasai, dan terakhir peneliti akan melakukan interpretasi terhadap data tersebut. Oleh karena itu, setelah mengumpulkan data, penulis akan fokus terhadap data yang merujuk pada rumusan masalah dalam penelitian ini. Kemudian, peneliti akan menyajikannya dalam bentuk narasi guna memahami dan menjelaskan hasil penemuan penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan E-COMMERCE Dalam Meningkatkan Perekonomian UMKM Di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo

Perkembangan layanan platform digital cukup terpengaruh dengan adanya perkembangan teknologi 4.0. Inovasi-inovasi yang dijalankan bisnis-bisnis online menjadi perangkat utama agar dapat bersaing dengan pesaingnya. Adapun inovasi-inovasi yang 48 dikembangkan turut berkontribusi pada penyelesaian permasalahan dan kebutuhan masyarakat.

E-commerce dapat meningkatkan perekonomian UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo. Bisnis online ini berperan dalam memberdayakan dan meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat melalui dukungan teknologi. Oleh karena itu, semakin mudah akses masyarakat dengan teknologi semakin memungkinkan juga masyarakat tersebut terbantu dengan fasilitas layanan platform digital dalam hal ini e-commerce. E-commerce menjadi variasi yang muncul dalam transformasi digital untuk mendukung sektor bisnis. Prinsip efektivitas dan efisiensi menjadi hal utama dalam meningkatkan layanan perdagangan dengan basis digital. Perubahan paradigma perdagangan ini juga mengikuti perubahan pola perilaku konsumen, sehingga pendekatan digital mutlak diperlukan bagi bisnis yang

ingin tetap bertahan dalam perekonomian. Hal ini menjadi peluang bagi para penyedia layanan E-commerce untuk menghadirkan inovasi layanan sesuai dengan kondisi masyarakat.

Menurut wawancara yang dilakukan oleh peneliti Perkembangan teknologi mendorong berbagai E-commerce mengeluarkan berbagai macam produk untuk bersaing mempertahankan operasional usahanya. Dengan kata lain E-commerce menjadi satu-satunya bisnis yang justru tumbuh saat industri-industri lain mulai terkalahkan oleh teknologi. Berkembangnya teknologi menjadikan konsumen memanfaatkan teknologi dengan sepenuhnya. Salah satunya yaitu dengan penggunaan teknologi untuk belanja online tanpa datang ke store yang akan menghabiskan waktunya.

Hal ini sesuai dengan pendapat (Donthu dan Gustafsson, 2020) bahwa, "Another consequence of the lockdowns is the extreme increase Internet used and social media". Yang mengungkapkan bahwa pergeseran minat masyarakat dalam platform digital menjadi konsekuensi atas berkembangnya teknologi. Dengan kata lain keberadaan E-commerce dengan segala platform digital mampu menjadikan masyarakat untuk konsumtif dalam memanfaatkan media sosialnya. E-commerce sebagai perwujudan dari ekonomi digital dalam skala makro juga memiliki kontribusi pada PDB Indonesia. Bahkan ekonomi digital di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo menjadikan teknologi saat ini menjadi peluang kerja baru, sehingga menciptakan kemandirian berusaha. Semakin masyarakat mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi maka dapat mewujudkan kemandirian ekonomi Indonesia. Hal ini juga tidak membuat Indonesia menjadi market semata namun juga mengembangkan para pelaku usaha memasarkan produknya.

Pengusaha dan para pelaku usaha kecil maupun UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo sangat berharap agar E-commerce tetap bertahan, sehingga eksistensi usaha tetap terjaga. Pelaku usaha kecil dan UMKM yang dahulu sangat berpegang teguh pada interaksi langsung dalam menyelamatkan usahanya di masa krisis ekonomi harus mau bertransformasi memanfaatkan pasar daring yang difasilitasi oleh E-commerce agar tetap memasarkan produknya. Hal ini didorong agar terjadi keseimbangan antara dua sisi, yakni konsumen dan produsen dalam skala lokal. Mengingat resesi dapat diperburuk dengan semakin menurunnya jumlah konsumsi masyarakat. A

Penerapan E-commerce di di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo mampu mendorong kemandirian berusaha bagi pelaku-pelaku usaha kecil hingga UMKM untuk tetap mempertahankan kegiatan usaha terutama dalam menghadapi resesi ekonomi. E-commerce juga memfasilitasi konsumen agar tetap menjaga daya belinya dengan minimalisasi biaya ongkos. Hubungan yang saling terkait antara pelaku usaha dan konsumen diintermediasi dengan keberadaan E-commerce sebagai perwujudan pasar online. Pergeseran paradigma pasar di Indonesia harus diadaptasi dengan baik agar menguntungkan baik penyedia layanan e-commerce, pelaku usaha, hingga konsumen. Pemerintah selaku pemangku kebijakan juga harus memberikan payung hukum yang tegas atas penyelenggaraan pasar online tersebut agar tidak muncul pelanggaran-pelanggaran hingga penipuan yang merugikan.

E-commerce juga memberikan kesempatan bagi Indonesia untuk tidak

sekedar menjadi market namun juga sebagai penjual, sehingga produk- produk Indonesia juga dapat dikenal di negara lain.

Hal ini sesuai dengan pendapat Rakanita bahwa E-commerce memberikan layanan penggunaan yang ringkas, efektif dan efisien sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan memanfaatkan e-commerce pelaku UMKM dapat dengan mudah mengakses sampai menawarkan produknya kepada konsumen meski terhalang oleh jarak (Rakanita, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Purnama & Putri, 2021), menjelaskan bahwa layanan e-commerce menjadi alternatif konsumen untuk melakukan transaksi pembelian.

Oleh karena itu hadirnya e-commerce sejalan dengan perkembangan dunia bisnis, e-commerce menjadi kebutuhan bagi UMKM untuk meningkatkan serta memenangkan persaingan bisnis dan penjualan produk. Pada proses penggunaannya, e-commerce menunjukkan adanya kemudahan dalam transaksi, minimalisasi biaya, kualitas pengiriman lebih baik, serta mengurangi terjadinya human error. Hal tersebutlah yang menyebabkan konsumen lebih tertarik dalam menggunakan e-commerce. E-commerce sangatlah membantu memudahkan para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya, dengan e-commerce para pelaku usaha dapat meningkatkan omset pendapatannya dan juga mampu bertahan dalam kondisi pandemi (Alfin, 2021).

Strategi Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Perekonomian UMKM Di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, mayoritas pengusaha Di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo dapat memiliki berbagai penghasilan yang melalui usahanya dalam menjual kripik, krupuk dan selai mangrove yang menjadi ke khasan oleh-oleh Kota Probolinggo. Masyarakat juga berkeyakinan bahwa pelanggan akan memilih toko dengan pelayanan yang menyenangkan dan tangkas. Oleh karenanya, masrakat pengusaha di Di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo memilih untuk strategi penjualannya dengan menjual melalui e-commerce.

Terdapat beberapa strategi yang di terapkan oleh pengusaha UMKM yaitu seperti admin online shop yang dalam hal ini pelaku usaha perlunya memiliki keahlian dalam merespon penjual dengan baik. Strategi pelayanan yang baik dan cepat oleh admin online shop akan menimbulkan dampak positif bagi para pelanggan. Hal ini juga akan berpengaruh pada tingkat kepercayaan pelanggan dengan toko tersebut. Sebagaiman dituturkan oleh Muhammad Nur Salim, "Faktor yang tidak kalah penting adalah kepercayaan. Dalam hal ini, kepercayaanlah yang menjadi modal utama. Karena kepercayaan kedua belah pihak, proses jual beli menggunakan layanan e-commerce bisa terjadi dan terlaksana" (Muhammad Nur Salim, 2020).

Strategi lain yang sering digunakan oleh pelaku usaha Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo adalah memberikan harga terbaik dan potongan harga. Maraknya penggunaan e-commerce oleh para pelaku usaha di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo, menjadikan para pelaku usaha konveksi berupaya sekuat tenaga menggait minat pelanggan. Diantaranya menawarkan prodduk

mereka dengan harga yang bersaing, dan memberikan potongan harga yang pantas bagi para penjual pada event tertentu atau dalam jumlah pesanan yang banyak. Hal ini akan mendorong para pelaku bisnis lain untuk bersaing secara sehat

Strategi dalam menggunakan layanan e-commerce yang mereka gunakan selain itu adalah menampilkan deskripsi barang sesuai dengan kondisi dan memberikan foto yang menarik sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka beli karena produknya sesuai. Para pengusaha UMKM harus benar-benar cermat dalam mengelola akun media sosialnya, terutama dalam memasarkan produk mereka. Deskripsi barang sangat dibutuhkan bagi para konsumen atau calon konsumen untuk menetapkan pilihan terhadap barang atau produk yang mereka tawarkan. Strategi dalam menggunakan layanan e-commerce harus terus dijalankan. Mengingat penggunaan e-commerce saat ini merupakan syarat bagi perusahaan, agar perusahaan atau badan usaha tersebut dapat bersaing secara global. Demi mempertahankan dan meningkatkan kemajuan badan usaha atau perusahaan, strategi-strategi baru hendaknya terus digali dan diimplementasikan. Dengan demikian, konsumen akan menaruh kepercayaan terhadap badan usaha atau perusahaan tersebut.

Hasil temuan tersebut sesuai dengan pendapat Muhammad Nur Salim yang mengungkapkan bahwasanya strategi yang dapat digunakan untuk menjalankan usahanya dengan melalui pemasaran e-commerce yakni dengan menampilkan foto barang dan deskripsi yang jelas agar pelanggan merasa tertarik dan yakin dengan kondisi barang yang ia pesan. (Muhammad Nur Salim, 2020).

Dampak Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Perekonomian UMKM Di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo

Pemanfaatan e-commerce akan memberikan dampak positif maupun negatif pada UMKM. Dampak positif yang paling dirasakan oleh pelaku UMKM seperti pendapatan mereka semakin meningkat, selain itu produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan dalam mendapatkan pelanggan. Dampak lain yang dirasakan diantaranya dapat menghemat biaya promosi dan meningkatkan kecepatan bertransaksi.

Selain itu sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dampak positif yang pertama dengan adanya penggunaan E-Commerce yaitu toko dapat diakses 24 jam hal ini relevan dengan teori Muhammad Ikhsan yang mengemukakan bahwa E-Commerce memiliki manfaat dan kelebihan bagi berbagai pihak yakni: Bagi perusahaan berupa Ketersediaan pasar nasional dan internasional, penurunan biaya internasional, distribusi dan penarikan informasi. Dan bagi masyarakat berupa Akses sejumlah besar produk dan jasa tanpa batas, 24 jam sehari serta dapat memberikan layanan informasi dengan mudah dan nyaman, kepada orang-orang di kota, desa dan berbagai Negara. (Muhammad Ikhsan, 2020)

Selanjutnya dampak positif dengan adanya penggunaan E-Commerce yaitu memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses transaksi, dimana dampak ini dirasakan diantaranya dapat menghemat biaya promosi dan meningkatkan kecepatan bertransaksi. Hal ini pada akhirnya akan dapat meningkatkan daya saing bagi UMKM (Mastisia, 2019). Lebih lanjut penggunaan E-Commerce tentunya

dapat membantu mengurangi biaya yang dikeluarkan serta dapat menyampaikan informasi secara detail mengenai produk maupun harga spesial yang diberikan kepada konsumen secara online dan memudahkan proses transaksi tanpa harus datang ketoko secara langsung sehingga dapat bersaing dengan toko sejenis dan mendapatkan hasil yang lebih maksimal.

Selain dampak positif yang dirasakan oleh pelaku UMKM adalah pendapatan mereka semakin meningkat, produk mereka akan semakin muda dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan dalam mendapatkan pelanggan. Sesuai dengan hasil wawancara bahwa dampak positif selanjutnya yaitu, mempermudah promosi sehingga dapat membantu komunikasi lebih cepat dengan pelanggan dan dapat mengakses pasar global serta dapat memuaskan pelanggan dan tentunya dapat meningkatkan omzet penjualan. Hal ini relevan dengan teori Spicaalsmilia dan Robahi (2007), yang menunjukkan bahwa yang menjadi manfaat terbesar penggunaan E-Commerce pada perusahaan adalah dapat meningkatkan omzet penjualan dengan persentase sebesar 31%, manfaat berikutnya adalah peningkatan jumlah pelanggan dengan persentase sebesar 25% dan yang berikutnya adalah perluasan jangkauan bisnis serta sarana promosi dengan 16% serta peluang terbukanya bisnis baru dan kepuasan pelanggan dengan persentase sama yaitu 5% serta yang terakhir adalah kemudahan hubungan relasi yaitu hanya 2 %.

Dengan data dan teori tersebut maka E-Commerce membantu UMKM bisa mengetahui manfaat dalam operasi, yaitu untuk membantu meningkatkan kinerja secara keseluruhan. Dengan demikian UMKM akan mendapat keuntungan dalam hal mempromosikan usahanya dan juga dapat memperluas bisnis secara global untuk memperluas jaringan bisnisnya

Selain memberikan dampak positif, pemanfaatan e-commerce juga memberikan dampak negatif. Dampak negatif yang pelaku UMKM di Kelurahan Tisnonegaran yang paling dirasakan terhadap pemanfaatan e-commerce yaitu adanya persaingan yang semakin ketat. Konsumen akan lebih teliti dalam memilih produk baik dari sisi harga ataupun dari segi kualitasnya, dimana dengan banyaknya pelaku usaha mengakibatkan terciptanya banyak kompetitor sehingga pelaku usaha dituntut untuk menciptakan inovasi yang lebih baik dari pesaingnya agar mampu mempertahankan usahanya dan terkhusus pelanggannya, selain itu bentuk persaingan yang sering terjadi adalah masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok dan persaingan antar pesaing. Hal ini mencerminkan bahwa ancaman persaingan tidak hanya sebatas pada sesama perusahaan dalam industry yang ada, tetapi juga datang dari pelanggan, pemasok, produk pengganti serta pendatang baru potensial (Mastisia, 2019). Dalam bisnis online (e-commerce) semua masyarakat dapat melakukan kegiatan jual beli dan membuka peluang kepada siapa pun untuk menjual produknya. Dampak negatif lain adalah rentannya terhadap penipuan dan kecurangan, serta akan memunculkan penjiplakan ide dan produk yang serupa.

Pemanfaatan e-commerce yang dilakukan oleh UMKM Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo merupakan strategi yang mereka gunakan dalam meningkatkan daya saingnya. Hal ini dapat dilihat dari sebelumnya dimana UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo telah merintis usahanya dengan

melakukan penjualan secara tradisional, mereka hanya membuka toko di rumah atau menjual produk mereka langsung ke pasar tradisional. Namun seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan dunia usaha, UMKM Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo telah memanfaatkan e-commerce sebagai bentuk strategi bersaing, yaitu dahulu hanya pada target pasar tradisional saja dan penjualan masih lingkup di dalam kota, sekarang sudah sampai luar kota dan luar pulau Jawa.

Selain itu sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dampak negatif yang pertama dengan adanya penggunaan E-Commerce yaitu apabila barang yang di pesan rusak barang bisa di cancel dan mengakibatkan adanya rugi pada ongkos kirim dan packing, sehingga hal ini bisa mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha UMKM dimana kesalahan ini diakibatkan oleh faktor manusia atau kesalahan sistem. Hal ini sesuai dengan teori Agung (2015), mengatakan bahwa kerugian yang tidak terduga disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidakjujuran, praktek bisnis yang tidak benar, kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem.

Terakhir mengenai dampak negative dari penggunaan E-Commerce yaitu dengan adanya berbagai cara yang mudah dan sederhana yaitu adanya cara cash on delivery (COD). Dimana COD merupakan metode pembayaran yang umumnya dilakukan bila antara penjual dan pembeli berada dalam satu kota atau pada jarak dekat sehinggah penjual bisa langsung menerima pembayaran secara tunai saat barang diterima pembeli. Namun cara ini masih memiliki kekurangan baik untuk penjual dan pembeli (Jihan Alhabsyi dkk, 2014).Masalah yang sering terjadi pada COD yaitu pada saat transaksi dilakukan dilokasi, dimana belum mengetahui komdisi tempat COD yang strategis dari segi keamanan maupun kelayakannya secara pasti, selain itu terdapat masalah dari faktor pemilihan lokasi COD yang ditentukan sepihak, sehingga resiko kriminalitas menjadi semakin besar dan dapat mengancam keselamatan penjual maupun pembeli (Labib, 2018).

KESIMPULAN

Penerapan E-COMMERCE dalam meningkatkan perekonomian UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo berperan penting dalam memberdayakan dan meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat melalui dukungan teknologi. E-commerce memberikan layanan penggunaan yang ringkas, efektif dan efisien sehingga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Dengan memanfaatkan e-commerce pelaku UMKM dapat dengan mudah mengakses sampai menawarkan produknya kepada konsumen meski terhalang oleh jarak. E-commerce juga menunjukkan adanya kemudahan dalam transaksi, minimalisasi biaya, kualitas pengiriman lebih baik, serta mengurangi terjadinya human error. Oleh karena itu E-commerce sangatlah membantu memudahkan para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya, dengan e-commerce para pelaku usaha dapat meningkatkan omset pendapatannya

Strategi penggunaan E-Commerce dalam meningkatkan perekonomian UMKM di Kelurahan Tisnonegaran Kota Probolinggo yaitu peningkatan kemampuan SDM, dimana dalam hal ini admin online shop yang dalam pelaku usaha perlunya

memiliki keahlian dalam merespon penjual dengan baik. Strategi pelayanan yang baik dan cepat oleh admin online shop akan menimbulkan dampak positif bagi para pelanggan. Hal ini juga akan berpengaruh pada tingkat kepercayaan pelanggan. Strategi lain yang sering digunakan oleh pelaku usaha Kelurahan Tisnonegaran adalah memberikan harga terbaik dan potongan harga untuk menarik minat pelanggan. Strategi terakhir dalam menggunakan layanan e-commerce yakni menampilkan deskripsi barang sesuai dengan kondisi dan memberikan foto yang menarik sehingga pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka beli karena produknya sesuai.

Pemanfaatan e-commerce akan memberikan dampak positif maupun negatif pada UMKM. Dampak positif yang paling dirasakan oleh pelaku UMKM seperti pendapatan mereka semakin meningkat, selain itu produk yang dipasarkan akan lebih mudah dikenal oleh konsumen sehingga memudahkan dalam mendapatkan pelanggan. Dampak lain yang dirasakan diantaranya dapat menghemat biaya promosi, meningkatkan kecepatan bertransaksi yang dapat diakses 24 serta memberikan keamanan dan kemudahan dalam proses transaksi. Selain memberikan dampak positif, pemanfaatan e-commerce juga memberikan dampak negatif seperti adanya persaingan yang semakin ketat. Selain itu apabila barang yang di pesan rusak barang bisa di cancel dan mengakibatkan adanya rugi pada ongkos kirim dan packing, sehingga hal ini bisa mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha UMKM. Dampak negative terakhir yaitu adanya berbagai cara yang mudah dan sederhana yaitu adanya cara cash on delivery (COD) yang ditentukan sepihak, sehingga resiko kriminalitas menjadi semakin besar dan dapat mengancam keselamatan penjual maupun pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Onny Siagian, Strategi Pemasaran E-Commerce Bagi Umkm Indonesia Untuk Meningkatkan Perekonomian Indonesia, Jurnal Akrab Juara Volume 6 Nomor 1 Edisi Februari 2021 (1-15)
- Amanda Mastisia Rakanita, Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Karang Sari Kecamatan Karangtengah Kabupaten Demak, JURNAL EK B I S / V O L . X X / N O . 2 E D I S I September 2019
- Eka Waliyati, Pentingnya E-Commerce Bagi Umkm Pada Masa Pandemi Di Rt. 03 Kampung Surodadi, Siswodipuran, Boyolali, JURNAL ABDIKMASUKK
- Dorry Paramitasari Saroyo, Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm, Economics Business Finance And Entrepreneurship <https://Ebfelepma.Ums.Ac.Id/2023> Issn : 3025-2555. 2023
- Imanuddin Abil Fida, Transaksi E-Commerce Sebagai Pertahanan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Islam, Jurnal Imtiyaz Vol 5 No 02 , September 2021
- Kadar Nurjaman, Pemberdayaan E-Commerce Di Kalangan Pelaku Umkm Di Indonesia, Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat Vol. 3 No. 1 Tahun 2022

- Ketut Eddy Purnama, Penerapan E-Commerce Untuk Penguatan Umkm Berbasis Konsep One Village One Product Di Kabupaten Karangasem, Sewagati, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat – Lppm Its Vol. 2 No. 2 2018
- Nadia Ika Purnama, Analisis E-Commerce Dalam Membantu Penjualan Umkm Di Tengah Pandemi, Jurnal Ekonomi, 2022
- Nanda Tiandra, Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa), Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia, Vol. 04, No.01, Pp. 6-10, 2023
- Muhammad Ikhsan, Analisis Dampak Penggunaan E-Commerce Dalam Meningkatkan Omzet Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar, Journal Of Economic Education And Entrepreneurship Study (Je3s), 2020
- Muhamad Lutfi Ramdhani, Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penerapan E-Commerce Terhadap Kinerja Umkm, 2022 Jurnal Riset Akuntansi Unisba Press. All Rights Reserved
- Muhammad Nur Salim, Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Konveksi Umkm, Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi Volume 1 Nomor 2 Tahun 2020
- Noor Azizah, Pemanfaatan E-Commerce Untuk Peningkatan Strategi Promosi Dan Penjualan Umkm Tas Di Kabupaten Kudus, E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 10(1)
- Pzei. (2019). Ekonomi Islam. Pt. Grafindo Persada. Renny Sari Dewi, Perancangan Dan Implementasi Sistem E-Commerce Pada Umkm Batik Di Kabupaten Jombang, Dinamisia - Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 3, No. 1 Juni 2019
- Purnama Ramadani Silalahi, Peran E-Commerce Dalam Menopang Keberhasilan Umkm Di Indonesia, Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah/Vol. 7, No. 4, 2022
- Rezki Arianty Akob, Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kota Makassar), Jurnal Sains Manajemen Nitro, Volume 1 Nomor 2, Desember 2022
- Risda Choirunisa, Literature Review: Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Di Era New Normal, Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Industri (Ebi) Vol. 5, No. 1, 2023
- Sugiono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan : Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Alfabeta.
- Sutikno, Penerapan E-Commerce Untuk Meningkatkan Dan Memperluas Pemasaran Di Umkm (Studi Kasus Di Umkm Pengrajin Tahu Putih Dan Telur Asin Di Kabupaten Klaten).