

PERAN E-COMMERCE SEBAGAI SOLUSI DI MASA PANDEMI COVID-19

THE ROLE OF E-COMMERCE AS A SOLUTION IN THE TIME OF THE COVID-19 PANDEMIC

Annisa Lusyani Zahra¹⁾, Ahmad Ihza Ananda²⁾, Aisha Safa Asy'ari³⁾

E-mail : ¹⁾ annisalusyaniz@gmail.com , ²⁾ ihzaananda23@gmail.com , ³⁾ aishaasyari@gmail.com

^{1,2,3}Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Wabah virus Covid-19 yang menyebar mengakibatkan pemerintah Indonesia memberlakukan pembatasan sosial dan PSBB yang menyebabkan masyarakat sulit untuk melakukan kegiatan di luar rumah dan tertutupnya akses masyarakat untuk mendapatkan pemasukan guna memenuhi kebutuhan atau hanya sekedar membeli kebutuhan. Sebaliknya, E-Commerce justru berkembang pesat di Indonesia pada masa pandemi. Kemajuan teknologi semakin berkembang seiring perkembangan zaman, penggunaan teknologi E-Commerce menjadi pilihan Sebagian besar pelaku bisnis UMKM untuk mempertahankan bisnis mereka di masa pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peningkatan atau perkembangan dari penggunaan E-Commerce pada saat pandemi berlangsung dengan melalui analisis beberapa data sekunder yang telah diperoleh. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa bisnis E-Commerce di Indonesia meningkat hingga Rp 266,3 triliun pada 2020 dan akan diperkirakan meningkat tiap tahunnya, karena pandemi covid-19 memberikan potensi besar bagi E-Commerce untuk tumbuh pesat khususnya di Indonesia. Peningkatan atau perkembangan pada penggunaan E-Commerce pada masa pandemi dapat dianalisa memiliki potensi mempengaruhi kelangsungan bisnis E-Commerce kedepannya.

Kata kunci: E-Commerce, Pandemi Covid-19

Abstract

The outbreak of the Covid-19 virus that has spread has resulted in the Indonesian government implementing social activities and PSBB which makes it difficult for people to do things outside their homes and closes people's access to obtain necessities or just buy necessities. On the other hand, E-Commerce is growing rapidly in Indonesia during the pandemic. Technological advances are increasingly developing along with the times, the use of E-Commerce technology is the choice of most MSME business players to maintain their business during the pandemic. This study aims to analyze the increase or development of the use of E-Commerce during the pandemic through some secondary data that has been obtained. The results of the study show that the E-Commerce business in Indonesia increased to Rp. 266.3 trillion in 2020 and is expected to increase every year, because the COVID-19 pandemic provides great potential for E-Commerce to grow rapidly, especially in Indonesia. or developments in the use of E-Commerce during the pandemic can be analyzed as having the potential to affect the improvement of the E-Commerce business in the future.

Keywords: E-Commerce, Covid-19 Pandemic

1. PENDAHULUAN

Sejak tahun 2020 wabah pandemi virus Covid-19 telah menyerang dan menyebar ke berbagai negara di dunia termasuk juga di Indonesia, yang berdampak kepada aktivitas masyarakat terutama pada kegiatan ekonomi. Untuk mengurangi penyebaran virus tersebut,

pemerintah memberikan kebijakan pembatasan sosial atau Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), dengan adanya diterapkannya kebijakan ini baik swasta atau pelayanan publik mengalami kesulitan mengatasi krisis tersebut dan masyarakat diharuskan untuk melakukan aktivitas mereka di rumah dengan melakukan semua pekerjaan secara online. Akibat pandemi ini beberapa pedagang tradisional atau UMKM mulai meninggalkan lapak mereka dan berhenti berjualan karena toko mereka sepi oleh pelanggan akibat pembatasan sosial yang dianjurkan pemerintah.

Perkembangan teknologi semakin pesat seiring dengan perkembangan zaman yang dapat mengubah gaya hidup dan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan segala sesuatu. Pada masa pandemi saat ini penggunaan teknologi dapat memberikan kemudahan dalam kegiatan ekonomi karena hampir semua yang kita butuhkan baik primer atau sekunder dapat kita penuhi dengan bantuan layanan online. Kegiatan transaksi jual beli ini akan lebih mudah dengan hanya melalui handphone dengan menggunakan jaringan elektronik atau E-Commerce. Dengan E-Commerce dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pembelian kebutuhan atau produk juga bagi pelaku usaha yang dapat memperluas pasarnya.

E-Commerce adalah kegiatan jual beli atau pertukaran produk, layanan serta informasi melalui perantara jaringan komputer atau internet [6]. Dengan penggunaan E-Commerce dapat memudahkan masyarakat untuk memperoleh kebutuhan serta pelaku usaha untuk menjangkau pembeli dengan jarak jauh. Tidak hanya sebagai perantara dalam bertransaksi tetapi juga bertanggung jawab atas proses pemasaran, penjualan, pengiriman, serta pelayanan bagi para pelanggan [4]. Pelaku usaha dapat menawarkan produk yang berkualitas dengan dapat melakukan kustomisasi produk atau jasa yang ditawarkan secara cepat [3]. Sampai saat ini pandemi Covid-19 masih berlangsung dan belum bisa diketahui kapan akan berakhir, selama pandemi masih berlangsung penggunaan E-Commerce akan masih dan terus digunakan oleh masyarakat.

2. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metodologi penelusuran literatur yang bersumber dari beberapa jurnal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diambil dari hasil penelitian sebelumnya berupa jurnal yang relevan dengan penelitian ini, yaitu peran penggunaan E-Commerce pada masa pandemi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mengekstrak data dari berbagai sumber jurnal penelitian sebelumnya dan data berupa dokumen elektronik yang menjelaskan dalam bentuk fakta yang dapat diakses secara online. Data yang sudah terkumpulkan nantinya akan dianalisa dan dirinci. Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran penggunaan E-Commerce sebagai solusi untuk pelaku usaha pada masa pandemi Covid-19.

2.1 Perumusan Masalah

Untuk merumuskan permasalahan yang ada pada penelitian ini, maka peneliti melakukan analisis peningkatan atau perkembangan pada data-data yang sudah diperoleh sebelumnya tentang peran penggunaan E-commerce pada masa pandemi.

2.2 Sumber Data

Data yang di dapat pada penelitian ini bersumber pada jurnal dan data dokumen elektronik yang dapat diakses secara online.

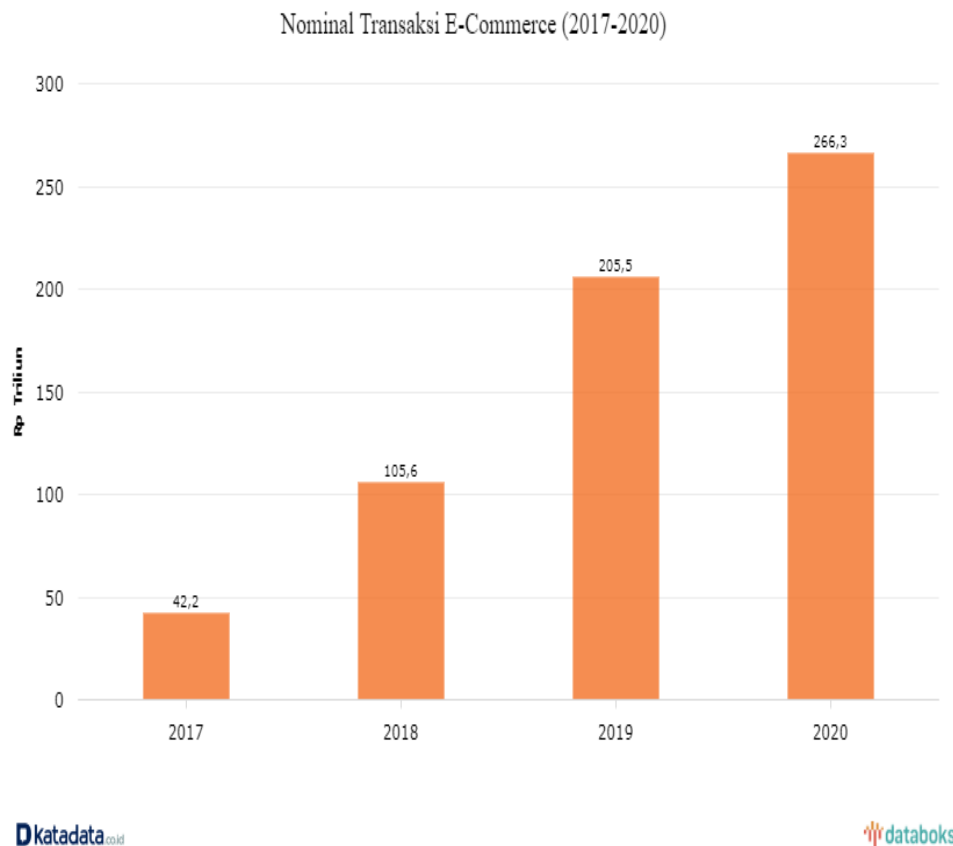
2.3 Analisa Data

Teknik yang digunakan untuk menganalisa data pada penelitian ini adalah dengan cara mengambil data dari beberapa jurnal penelitian terdahulu tentang topik yang berkaitan dengan E-Commerce.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi yang semakin berkembang mengubah gaya hidup masyarakat, terutama dalam transaksi jual beli yang dapat dilakukan secara digital. E-Commerce merupakan produk dari revolusi bisnis sebagai salah satu media untuk bertransaksi jual beli, yang akan berkembang dan bisnis tersebut akan terus-menerus stabil [1]. Indonesia sendiri bisnis E-Commerce sangat menjanjikan bahkan di masa pandemi ini. Kebijakan pemerintah yang menerapkan pembatasan sosial atau PSBB, menyebabkan terhambatnya aktivitas yang biasanya dilakukan secara langsung menjadi daring.

Terlihat dari grafik di bawah ini terjadi kenaikan pada tahun 2020, dengan nominal Rp 266,3 triliun, dengan persentase kenaikan yaitu 29,6 dari Rp 205,5 triliun di tahun 2019. Hal tersebut terjadi dikarenakan pandemic yang terjadi pada awal 2020 yang mengubah semua aktivitas yang semula offline kini menjadi dilakukan secara online khususnya dalam transaksi jual-beli.



Gambar 1. Grafik nominal transaksi E-Commerce 2017-2020

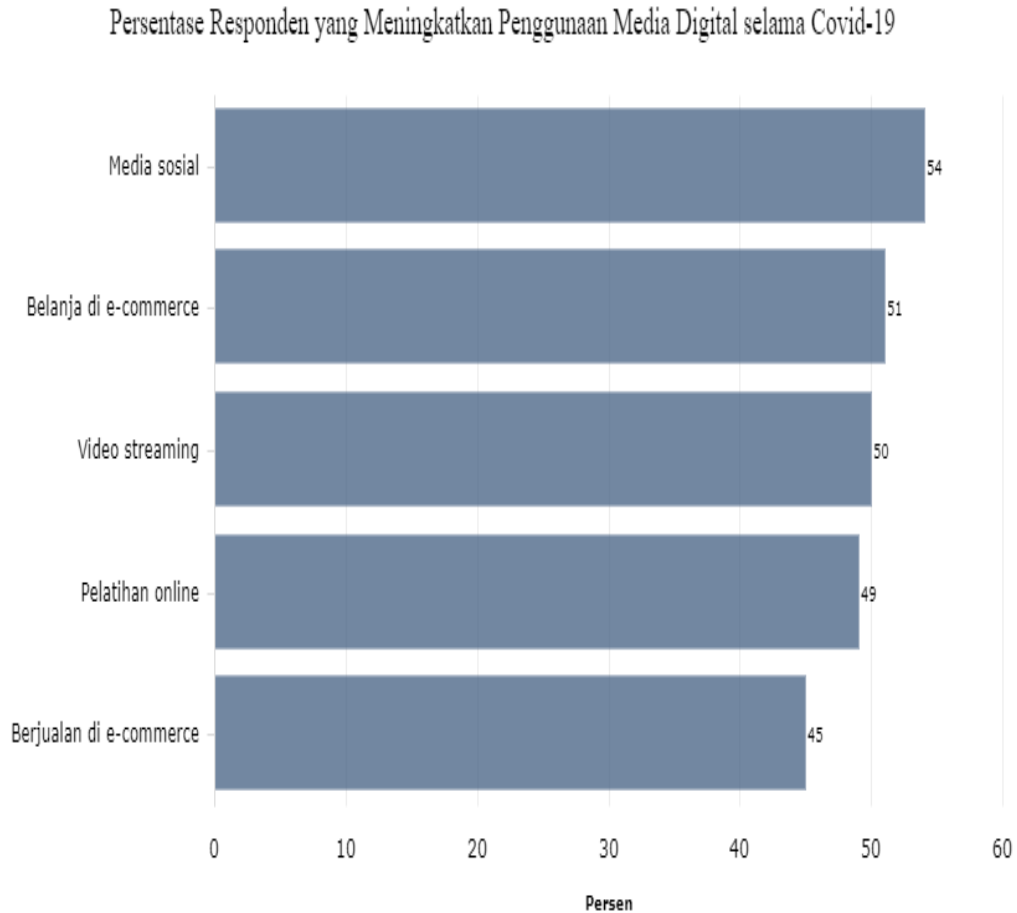
Sumber : Bank Indonesia(BI), Januari 2021

Penggunaan Media Digital Sebagai Media Bisnis

Pandemi Covid-19 memaksa masyarakat untuk dapat beradaptasi melakukan aktivitas secara daring. Khususnya pelaku usaha bisnis UMKM yang kebanyakan menjalankan usahanya secara konvensional, harus mencari celah bagaimana untuk mempertahankan bisnisnya di masa pandemi ini. Penggunaan media digital merupakan solusi untuk masalah tersebut.

Menurut, Survei SEA Insights yang dilakukan terhadap 2020 pelaku usaha berusia 16-35 tahun di Indonesia pada juni 2020. Para pelaku bisnis UMKM di masa pandemi ini,

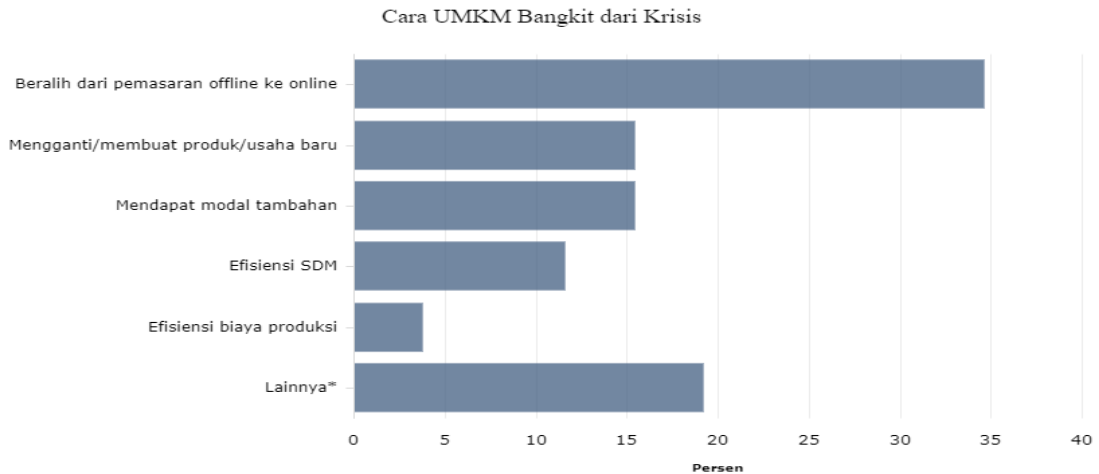
terdorong untuk menggunakan media digital sebagai media mereka berbisnis. Survei yang dilakukan oleh SEA Insights bahwa dari 54% responden, menjadikan media sosial sebagai tempat mereka menjalankan usaha saat pandemi. 51% dan 45% responden mengaku menggunakan platform E-Commerce dalam bertransaksi jual dan beli. Sementara, responden yang menggunakan video streaming dan pelatihan online, meningkat menjadi 50% dan 49%.



Gambar 2. Persentase penggunaan media digital selama Covid-19

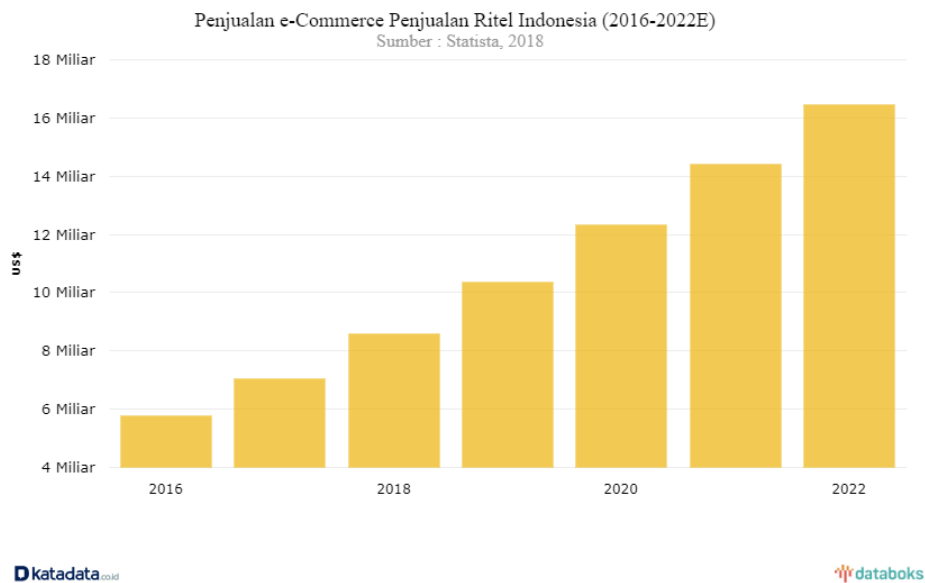
Sumber: SEA Insights, 2 Juli 2020

Survei dari KIC (Katadata Insight Center) juga mendukung pernyataan yang diatas, bahwa media digital sebagai solusi mempertahankan usaha di masa pandemi. Survei ini dilakukan pada pelaku bisnis UMKM di kawasan Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Sebanyak 206 responden diajukan pertanyaan bagaimana mereka yaitu pelaku bisnis UMKM, cara mengatasi permasalahan yang terjadi di masa pandemi ini. 34,6% responden, mengubah bisnis mereka yang semula dilakukan secara konvensional menjadi online. Maka dari itu, platform E-Commerce atau media digital lainnya sangat menguntungkan serta menjadi solusi di masa pandemi yang serba online ini.



Gambar 3. Persentase cara UMKM bangkit dari krisis
 Sumber: Katadata Insight Center (KIC), Juni 2020

Diyakini potensi E-Commerce sendiri di Indonesia akan meningkat setiap tahunnya, dikarenakan juga dengan meningkatnya pengguna internet serta smartphone yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara online [7]. Pandemi juga mendukung berubahnya pola perilaku masyarakat, misal pelaku bisnis yang sebelum pandemi melakukan bisnis secara konvensional, beralih memanfaatkan platform E-Commerce sebagai tempat untuk melakukan bisnis mereka. Mereka yang awalnya suka membeli barang kebutuhan secara offline seperti di mall, supermarket, dan pasar tradisional kini dapat memanfaatkan E-Commerce untuk memenuhi kebutuhannya. Berbelanja di platform E-Commerce merupakan aktivitas yang menarik, memberikan pengalaman baru bagi para konsumen sehingga beberapa beralih menggunakan platform E-Commerce daripada berbelanja secara konvensional karena tidak efisien dari waktu dan tenaga. Dapat dilihat di bawah ini perkiraan penjualan E-Commerce di Indonesia yang akan meningkat sampai US\$ 16,5 miliar pada tahun 2022.



Gambar 4. Penjualan E-Commerce Indonesia (2016-2022E)
 Sumber: Statista, 2018

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data di atas, diperolehnya kesimpulan bahwa dengan berkembangnya teknologi masyarakat dituntut untuk mengikuti arus perubahan tersebut. Terutama dalam hal bertransaksi, E-Commerce sendiri merupakan produk hasil berkembangnya teknologi. Banyaknya masyarakat yang terdampak di masa pandemi ini, khususnya pelaku UMKM. Di mana diberlakukannya pembatasan sosial atau PSBB yang menghambat pemasukan, E-Commerce inilah yang merupakan sebuah solusi untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Meningkatnya pengguna internet dan smartphone menyebabkan E-Commerce di Indonesia diperkirakan akan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2022 yang mencapai US\$ 16,5 miliar, didukung dengan perubahan perilaku masyarakat yang lebih memilih layanan online ketimbang konvensional.

Diharapkan masyarakat mampu memanfaatkan teknologi sebaik mungkin pada transaksi jual beli maupun sarana yang lain. Contohnya pada E-Commerce yang bermanfaat bagi pelaku usaha bisnis dan konsumen di masa pandemi ini. Dengan adanya E-Commerce, bertransaksi pun dapat tetap mematuhi protokol kesehatan serta lebih efektif dan efisien dalam segi waktu dan tenaga. Masyarakat juga harus dapat beradaptasi di situasi manapun salah satunya memanfaatkan teknologi yang ada.

5. DAFTAR RUJUKAN

- [1] Ayu. S., dan Lahmi. A., 2020. *Peran E-Commerce Terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi Covid-19*. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. Vol.9(2): 114-123.
- [2] Hanifah, N. dan Rahadi, D.R., 2020. *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19*. SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol.8(2): 2686-2646.
- [3] Irmawati, D., 2011. *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis*. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis. Vol.6: 2085-1374.
- [4] Maulana, dkk., 2021. *Peran E-Commerce di Tengah Pandemi terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini*. Journal of Education and Technology 1(1):55-61.
- [5] Nurlela, 2021. *E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi Covid-19*. Jurnal Simki Economic. Vol.4(1): 47-56.
- [6] Purnama, N.I dan Putri, L.P., 2021. *Analisis Penggunaan E-Commerce di Masa Pandemi*. 2797-9679.
- [7] Vidyastuti, H. A., 2018. *Analisis Perbandingan mengenai E-Commerce berdasarkan persepsi Online User dan Online Shopper*.