



E-commerce Solusi Jitu Masalah Perekonomian

E-commerce is the Right Solution to Economic Problems

Mirza Noer Rahman¹, Rayyan Firdaus²

Universitas Malikussaleh

E-mail: mirza.220420208@mhs.unimal.ac.id¹, rayyan@unimal.ac.id²

Article Info

Article history :

Received :18-06-2024

Revised :23-06-2024

Accepted :25-06-2024

Published:27-06-2024

Abstract

Electronic-Commerce (e-commerce) or electronic commerce is a way to sell and buying goods and services via the internet network Electronic-Commerce (e-commerce) or electronic commerce is a way to sell and purchase goods and services via the internet network. When a customer finds a product they want to purchase, they can add it to their shopping cart and check out using their debit or credit card. Some payment processors even allow to accept payments via cryptocurrency and other alternative payment methods.

Keywords: Innovation, Internet, Business, E-Commerce

Abstract

Electronic-Commerce (e-commerce) atau perdagangan elektronik adalah suatu cara menjual dan membeli barang dan jasa melalui jaringan internet Electronic-Commerce (e-commerce) atau perdagangan elektronik adalah suatu cara untuk menjual dan membeli barang dan jasa melalui jaringan internet . Ketika pelanggan menemukan produk yang ingin mereka beli, mereka dapat menambahkannya ke keranjang belanja dan melakukan pembayaran menggunakan kartu debit atau kredit. Beberapa pemroses pembayaran bahkan mengizinkan penerimaan pembayaran melalui mata uang kripto dan metode pembayaran alternatif lainnya.

Keywords: Inovasi, Internet, Bisnis, E-Commerce

LATAR BELAKANG

Munculnya pandemi mengakibatkan transformasi masal bagi jual-beli di belahan negara di dunia khususnya indonesia,terutama saat pandemi covid-19 menginspirasi warga untuk berlomba-lomba dengan kreativitasnya meraih pundi-pundi rupiah. Dengan adanya pandemi ini,berbagai lapisan masyarakat berubah. Dari sisi ekonomi beberapa perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap karyawannya. Hal ini terjadi karena perusahaan mengalami penurunan pendapatan sehingga melahirkan inovasi yaitu *WORK FROM HOME* bagi karyawan tertentu sehingga mengurangi bonus yang diberikan. Bagi karyawan terdampak phk covid 19 dapat mencari pendapatan lain dengan membuka usaha *E-commerce* sebagai tempat memasarkan produknya.



E-commerce dapat meningkatkan perekonomian Indonesia yang tidak bergairah akibat pandemi, dimana terjadi lonjakan konsumen mengunjungi aplikasi maupun situs *E-COMMERCE* di masa pandemi. Konsumen merasa dengan mengunjungi aplikasi atau situs *e-commerce* dapat terhindar dari pandemi karena tidak perlu mengunjungi tempat secara fisik layaknya pasar tradisional, juga konsumen merasa nyaman melakukan aktivitas belanja online baik dari segi waktu, biaya maupun variasi produk yang banyak.

Kajian Teoritis

E-commerce adalah tempat terjadinya aktivitas jual-beli layaknya pasar tradisional, pembeli dan penjual saling bertemu di media digital untuk melakukan aktivitas transaksi. Dalam dunia perdagangan, *e-commerce* membawa perubahan drastis di mana penjual dapat menjangkau pasar lebih luas tanpa batasan tempat layaknya pasar tradisional.

METODE PENELITIAN

Pada artikel ini, peneliti menggunakan metode studi literatur untuk mengkaji topik *e-commerce*. Studi literatur adalah metode mengumpulkan data dan menganalisa berbagai buku, jurnal maupun artikel dan sumber lain yang sesuai dengan topik pembahasan. Dipilihnya studi literatur karena memungkinkan peneliti mengumpulkan informasi mendalam tentang *e-commerce*. Dari berbagai publikasi. Dengan menggunakan metode ini peneliti dapat memahami tentang topik penelitian dan memberikan sumbangsih kontribusi baru pada bidang ilmu terkait.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengertian

E-commerce (electronic commerce) adalah suatu transaksi pembelian dan penjualan barang atau jasa melalui jaringan elektronik, terutama internet. Dalam dunia digital saat ini penggunaan *e-commerce* tidak terbatas pada pembelian dan penjualan saja akan tetapi aktivitas mendalam seperti menggunakan *e-mail* untuk mengirimkan informasi, Menggunakan web untuk menampilkan profil perusahaan, sampai penggunaan *e-commerce* untuk pemesanan, pembayaran dan pengiriman.

Dengan menggunakan *e-commerce* perusahaan akan mendapatkan keuntungan berupa peningkatan penjualan. Hal ini terjadi karena *e-commerce* mampu menjangkau pasar lebih luas sehingga dapat menarik pelanggan baru. Semakin banyak perusahaan beralih ke *e-commerce*



[Type here]

maka sistemnya bukan lagi B to C akan tetapi bisnis to bisnis sehingga berkolaborasi untuk meningkatkan penjualan masing-masing perusahaan.

2. KELEBIHAN *E-COMMERCE*

E-commerce mempunyai hal menarik bagi dunia bisnis diantaranya mempunyai kelebihan yaitu:

- a. Percepatan transaksi dengan menggunakan *e-commerce* perusahaan dan pelanggan dapat menghemat waktu dan dengan mudah mencari item yang dibutuhkan.
- b. Lebih hemat dengan menggunakan *e-commerce* pelanggan mendapatkan banyak potongan belanja yang jarang didapatkan belanja secara tradisional.
- c. Metode Pembayaran dengan menggunakan *e-commerce* banyak pilihan pembayaran seperti transfer maupun dompet digital.

3. TANTANGAN *E-COMMERCE*

E-commerce ini sangat diminati masyarakat, namun demikian memiliki tantangan yaitu:

- a. Resiko Penipuan Kendari tidak melihat, menyentuh fisik produk calon pembeli rentan mendapatkan penipuan berupa dikirim barang lain yang tidak sesuai tampilan web.
- b. Perkembangan teknologi dengan menggunakan *e-commerce* baik pembeli maupun penjual wajib paham teknologi dan meningkatkan literasi akan teknologi.
- c. Karakter konsumen semakin luas jangkauan *e-commerce* maka penjual dituntut dapat memahami berbagai karakter pembeli mulai dari konsumen yang lebih suka berkomunikasi secara privat ataupun transaksi diluar metode yang disediakan penyedia *e-commerce*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam artikel ini, dapat ditarik satu kesimpulan ialah *e-commerce* menjadi bagian penting di era digital saat ini. *E-commerce* memungkinkan pembeli dan penjual bertemu, bertransaksi secara digital sehingga lebih fleksibel dan efisien

Namun penerapan *e-commerce* memiliki tantangan, Seperti resiko penipuan, perkembangan teknolog yang begitu masif, karakter konsumen maupun keamanan data. Dengan memanfaatkan *e-commerce* secara tepat dan benar perusahaan dapat mengoptimalkan penjualan



sehingga mendukung pencapaian perusahaan dan diharapkan *e-commerce* menjadi solusi dari berbagai masalah yang dihadapi konsumen

DAFTAR REFERENSI

- Celestino, Martha L. (1999). Electronic Commerce. [hal. www]. World Trade. Februari, Sumber dari <http://proquest.umi.com/pqdweb?TS=91793..&Fmt=3&Sid=1&Idx=7&Deli=&RQT=309&Dtp=1>.
- Daniel, Mc., dan Gates. (2001). Riset Pemasaran Kontemporer. Jakarta : Salemba Empat.
- Suyanto, M. (2003). Strategi Periklanan pada E- Commerce Perusahaan Top Dunia. Yogyakarta : Andi
- Widani, N.M., Abiyasa, A.P., Darma, G.S. (2019). Menguji Ketajaman Implementasi E-Commerce Dalam Penjualan Kamar Hotel di Bali, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 16 (2) 79-98.