JIUBJ

Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 22(3), Oktober 2022, 1556-1559
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat universitas Batanghari Jambi
ISSN 1411-8939 (Online), ISSN 2549-4236 (Print)
DOI 10.33087/jiubj.v22i3.2574

Analisis Pemanfaatan E-Commerce di Masa Pandemi Covid-19 pada UMKM Db Wood Kota Surabaya

Ananda Riana Wulansari Widjanarko, Indrawati Yuhertiana
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Corrensponden email: 18013010228@student.upnjatim.ac.id, yuhertiana@upnjatim.ac.id

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengetahuan mengenai pemanfaatan menggunakan *E-Commerce* dan bagaimana kondisi pendapatan dengan menggunakan *E-Commerce* di masa pandemi Covid-19. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomonologi kualitatif. Data dikumpulkan dalam bentuk deskriptif yaitu mengumpulkan data yang diperoleh dari informan-informan dalam bentuk wawancara. Hasil analisis terhadap pemanfaatan *E-Commerce* dalam upaya peningkatan pendapatan di masa pandemi Covid-19 dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM DB Wood memaknai pengetahuan *E-Commerce* dengan melihat peluang memberanikan membuka bisnis diawal masa pandemi, merencanakan strategi, dan menjaga kepuasan konsumen untuk peningkatan pendapatan. *E-Commerce* juga memberikan keefektifan dan keefesienan waktu. Pendapatan UMKM DB Wood mengalami peningkatan dilihat dari penjualan produk mencapai 3.000 produk terjual. Dapat dikatakan pemanfaatan digitalisasi berbasis *E-Commerce* dapat memaksimalkan peningkatan pendapatan di masa pandemi Covid-19.

Kata kunci: analisis; covid-19; *e-commerce*; pendapatan

Abstract. *The purpose of this study was to determine knowledge about the use of using E-Commerce and the condition of income using E-Commerce during the Covid-19 pandemic. The research approach used is a qualitative phenomenological approach. Data was collected in descriptive form, namely by collecting data obtained from informants in the form of interviews. The results of the analysis of the use of E-Commerce in an effort to increase income during the Covid-19 pandemic can be concluded that DB Wood's MSME actors interpret E-Commerce knowledge by seeing opportunities to dare to open a business at the beginning of the pandemic, planning strategies, and maintaining consumer satisfaction to increase income. E-Commerce also provides effectiveness and time efficiency. DB Wood's MSME income has increased as seen from product sales reaching 3,000 products sold. It can be said that the use of E-Commerce-based digitalization can maximize revenue growth during the Covid-19 pandemic.*

Keywords **:** *analysis; covid-19; e-commerce; income*

PENDAHULUAN

Era Digital yang digunakan untuk menggambarkan kemunculan teknologi digital, web, dan komputasi yang tersedia di dunia. Dengan perkembangan zaman digital modern hari ini penggunaan internet meningkat. Terutama untuk memenuhi kebutuhan bisnis di era sekarang. Tentu saja, menjalankan bisnis tidak akan semudah menjangkaunya. Berbagai bahaya dan ancaman menanti setiap hari. Dengan kemajuan teknologi di era digital, semakin banyak *E-Commerce* yang bermunculan di Indonesia (Anugrah, 2020). Indonesia saat ini sedang di masa pandemi *Covid-19*. Situasi ini tentunya menjadi masalah yang serius yang dihadapi oleh indonesia. Permasalahan kemunduran perekonomian ini di sebabkan oleh pembatasan aktivitas ekonomi masyarakat di masa pandemi (Alfin, 2020).

Hasil survei Katadata *Insight Center* (KIC) menunjukkan, penurunan pendapatan 70% Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi toko offline saat masa pandemi *Covid-19*. Pelaku usaha pun berpindah membuka toko online di *E-Commerce* untuk menjangkau konsumen dengan luas hingga pasar ekspor. UMKM DB Wood ini membuka kegiatan bisnis ditengah pandemi *Covid-19* dengan berkategori bahan makanan yaitu bumbu-bumbu masak yang menjadi targetnya ibu-ibu rumah tangga (Setyowati, 2021). Pemanfaatan teknologi digital merupakan salah satu kunci mendorong transformasi usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM) agar bisa bersaing secara global (Suwarni et al., 2019). Hingga saat ini literasi digital dan kualitas pelaku UMKM masih minim, dan produksi setiap produk unggulan belum optimal. Faktanya, sebagian besar pelaku usaha UMKM ingin mempraktekkan bisnis digitalnya untuk pengembangan usahanya (Susanti, 2020).

Berdasarkan pada survei data peningkatan belanja konsumen Indonesia terbesar selama pandemi Covid-19 di kategori bahan makanan, yakni 54%. Data ini didapat dari hasil riset perilaku konsumen perkategori pada 13 dan 20 April dibandingkan masa normal. Riset tersebut menyatakan, pergeseran belanja konsumen ke saluran online diperkirakan akan terus terjadi bahkan setelah pandemi mereda. Survei ini dilakukan terhadap hampir 700 responden di Indonesia.Menurut (Mardiasmo, 2019) efektivitas adalah tingkat pencapaian tujuan kegiatan yang dilakukan dengan tujuan yang telah ditentukan. Efektivitas disini dapat disimpulkan bahwa penggunaan E-Commerce pada UMKM sangat menciptakan tujuan yang telah direncanakan.

Technology Acceptance Model (TAM) digunakan untuk niat menerima atau menggunakan teknologi baru yang ditentukan oleh kemudahan penggunaan yang dirasakan dan manfaat yang dirasakan (Wibasuri et al., 2018). *Technology Acceptance Model* (TAM) disini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pelaku UMKM dalam menggunakan *E-Commerce* dapat memudahkan dan bermanfaat bagi pelaku UMKM untuk peningkatan pendapatan.

Surabaya merupakan salah satu wilayah Jawa Timur yang memiliki banyak badan usaha UMKM dengan produk yang beragam. Sebelum *E-Commerce* berkembang pesat, sebagian besar pelaku UMKM menjual produk usahanya melalui toko, pameran, atau acara budaya tertentu. Tapi hari ini, kebiasaan belanja orang berubah, dan *E-Commerce* sedang meningkat. Ini adalah kesempatan bagi usaha kecil untuk berpartisipasi dalam memilih opsi *E-Commerce* yang aksesnya gratis. Dalam penelitian ini ingin mengetahui pengetahuan pelaku UMKM DB Wood mengenai pemanfaatan menggunakan *E-Commerce* dan bagaimana kondisi pendapatan dengan menggunakan *E-Commerce* di masa pandemi Covid-19. Dengan mengetahui hal tersebut, bisa mengetahui pelaku UMKM dalam penggunaan *E-Commerce* agar UMKM di Kota Surabaya berkembang.

METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode fenomenologi kualitatif. Fenomenologi itu meneliti dan memaknai pengalaman orang – orang yang menjadi subjek penelitiannya (Creswell, 2014). Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena sifat masalah yang diteliti, penelitian ini ingin mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena di lingkungan masyarakat serta memperoleh gambaran yang lebih mendalam tentang efektivitas pemanfaatan digitalisasi berbasis *E-Commerce* dalam peningkatan pendapatan UMKM di Masa Pandemi serta strategi untuk mempertahankan UMKM dengan menggunakan *E-Commerce.* Teknik pengumpulan datanya berupa obervarsi dan wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti menyelidiki pengetahuan pelaku UMKM dalam menggunakan E-Commerce serta kondisi pendapatan UMKM dalam menggunakan E-Commerce di masa pandemi Covid-19. Penentuan informan yang menggunakan teknik purposive sampling yang mana informan yang dipilih merupakan pihak yang dianggap paling mengetahui dan memahami tentang permasalahan dalam penelitian ini. Adapun informan yaitu Founder, Karyawan 1, Karyawan 2, Karyawan 3, Karyawan 4, Karyawan 5, Karyawan 6, Konsumen 1, Konsumen 2, Konsumen 3. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan di UMKM DB Wood Kota Surabaya yang berjualan kebutuhan masak seperti bumbu-bumbu rempah, daun dan teh, biji-bijian.

HASIL

Pengetahuan Pelaku UMKM Mengenai E-Commerce

Pelaku UMKM dituntut untuk bisa paham dengan baik teknologi sekarang untuk mempermudah pekerjaan di platform E-Commerce dan meningkatkan produktivitas untuk menganalisis situasi pasar. Dengan mengetahui pengetahuan UMKM mengenai E-Commerce, bisa mengetahui alasan pelaku UMKM membuka kegiatan bisnisnya diawal masa pandemi Covid-19. Pengetahuan founder DB Wood yang sudah cukup baik itu dilihat dari cara founder melihat peluang pasar yaitu founder melihat peluang membuka bisnis dengan menjual produk bumbu rempah-rempah yang saat itu sedang dibutuhkan oleh masyarakat untuk sistem kekebalan tubuh. Maka, pelaku UMKM berani memutuskan membuka bisnisnya pada saat awal masa pandemi. Pelaku UMKM dalam hal ini memaknai E-Commerce sebagai sebuah peluang untuk memaksimalkan produktivitas kegiatan bisnisnya.

Pengetahuan dari sisi karyawan DB Wood yang telah cukup memadai untuk bisa membantu founder DB Wood memaksimalkan produktivitas kegiatan bisnisnya agar terus meningkat. Kemampuan pengetahuan karyawan yang bisa menganalisis kondisi pasar melalui E-Commerce. Kemampuan itu juga dibantu oleh founder DB Wood dengan melakukan memberi pelajaran mengenai sistem E-Commerce kepada karyawan DB Wood. Keyakinan UMKM DB Wood berbisnis muncul karena adanya manfaat yang diperoleh. UMKM DB Wood memanfaatkan E-Commerce optimal, dengan E-Commerce UMKM DB Wood bisa memperluas jangkauan komunikasi dengan konsumen, bisa menghemat biaya yang bisa memotong pendapatan dengan tidak membuka toko fiisk jadi tidak perlu membayar biaya listrik dan biaya sewa, dan Dalam segi keuangan administrasi usaha sudah disediakan oleh pihak Shopee, sekaligus dapat meningkatkan brand awareness pada perusahaan dalam upaya memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas melalui internet.

Saat mendapatkan manfaat dari E-Commerce, tidak bisa dihindari bahwa di dalam sistem E-Commerce itu ada hambatan yang dialami oleh UMKM DB Wood. Dengan adanya hambatan akan berpengaruh di pendapatan UMKM DB Wood karena di dalam sistem E-Commerce terdapat beberapa fitur yang jika digunakan akan menimbulkan biaya-biaya berlebih dan berkurangnya pendapatan yang diterima. Pengetahuan founder DB Wood yang sudah baik itu dilihat dari cara founder melihat peluang pasar yaitu founder melihat peluang membuka bisnis dengan menjual produk bumbu rempah-rempah yang saat itu sedang dibutuhkan oleh masyarakat untuk sistem kekebalan tubuh. Peneliti melihat juga pengetahuan dari sisi karyawan DB Wood yang telah cukup memadai untuk bisa membantu founder DB Wood memaksimalkan produktivitas kegiatan bisnisnya agar terus meningkat. Kemampuan

pengetahuan karyawan yang bisa menganalisis kondisi pasar melalui E-Commerce. Keyakinan UMKM DB Wood berbisnis muncul karena adanya manfaat yang diperoleh. Saat mendapatkan manfaat dari E-Commerce, tidak bisa dihindari bahwa di dalam sistem E-Commerce itu ada hambatan yang dialami oleh UMKM DB Wood. Dengan adanya hambatan akan berpengaruh di pendapatan UMKM DB Wood karena di dalam sistem E-Commerce terdapat beberapa fitur yang jika digunakan akan menimbulkan biaya-biaya berlebih dan berkurangnya pendapatan yang diterima.

Pendapatan UMKM Menggunakan E-Commerce

Pendapatan adalah hal yang utama dalam membuka bisnis. Pendapatan itu hasil dari penjualan produk, dengan pendapatan yang dikatakan bagus dan tinggi hal itu menunjukkan bahwa pelaku UMKM memanfaatkan E-Commerce dengan baik. Semakin tinggi pendapatan UMKM itu dikatakan mampu bertahan ditengah persaingan usaha, UMKM yang tidak mampu mendapatkan pendapatan yang tinggi tidak akan bisa bersaing karena UMKM tersebut tidak bisa melihat peluang di pasar. Pendapatan UMKM akan terus meningkat jika pelaku UMKM terus memanfaatkan E-Commerce dengan optimal. Berdasarkan observarsi lapangan UMKM DB Wood, pendapatannya mengalami pendapatan yang tinggi dan stabil. Peneliti melihat di UMKM DB Wood memiliki petani pribadi untuk menghasilkan produk yang dijual dan UMKM DB Wood sudah dijadikan distributor oleh UMKM kecil yang baru merintis usahanya.

Kualitas produk yang baik dan pengemasan barang adalah beberapa faktor yang mempengaruh kepuasan atau kepercayaan pembeli terhadap produk yang dihasilkan UMKM DB Wood dan peningkatan pendapatan pada UMKM DB Wood. Pencapaian pendapatan yang tinggi di dukung dengan adanya strategi yang disusun UMKM DB Wood yaitu selalu memperbarui produk dengan menambah produk yang sedang diminati pasar, memberikan harga diskon diskon, dan menggunakan fitur di E-Commerce yaitu fitur produk dengan mendeskripsikan produk sejelas mungkin. Dengan demikian, seperti yang terlihat kondisi sekarang masa pandemi Covid-19, kondisi masa pandemi berdampak dalam beberapa hal seperti pendapatan yang turun, pesaing yang bermunculan karena kurangnya lapangan pekerjaan, dan perubahan permintaan pasar konsumen. Jadi, pendapatan yang terus naik dibutuhkan pemikiran untuk terus mempertahankan bisnisnya. UMKM DB Wood mempertahankan bisnisnya dengan inovasi di bisnisnya.

UMKM DB Wood mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya dengan kinerja, kepercayaan konsumen, dan strategi yang dimiliki UMKM DB Wood. Maka, pendapatan yang dihasilkan UMKM DB Wood terus meningkat di awal masa pandemi hingga masa new normal. Berdasarkan informasi dari informan pendapatan UMKM DB Wood memang bisa dikatakan stabil dan mendapat pendapatan yang tinggi. Tetapi, di beberapa produk lain mengalami penurunan dikarenakan faktor kondisi yaitu pandemi Covid-19 yang sudah mulai menurun atau sudah mulai hilang produk seperti empon-empon atau jahe sudah berkurang minatnya untuk sistem kekebalan tubuh orang. Pendapatan yang tinggi disebabkan karena produk yang dijual oleh UMKM DB Wood itu produk yang siap pakai dan sangat dibutuhkan oleh semua kalangan masyarakat terutama ibu rumah tangga dan pedagang makanan. Dari pengetahuan UMKM DB Wood untuk melihat kondisi pasar sudah membuat pendapatan yang didapat bisa stabil. Bisa dilihat dari penjualan produk di E-Commercenya bisa mencapai 2.000 hingga 3.000 produk sudah terjual dengan penilaian produk yang memuaskan konsumen. UMKM DB Wood menggunakan platform E-Commerce dengan target pasar yang luas dan sistem yang berfungsi dengan bagus berhubungan antara penjual dan pembeli untuk peningkatan pendapatan.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa: (1) pelaku UMKM DB Wood memaknai pemanfaatan digitalisasi *E-Commerce* dengan Pengetahuan dibuktikan dari pelaku melihat peluang untuk memberanikan membuka bisnis di awal masa pandemi. Melihat cara founder memahami situasi lalu mengidentifikasi masalah untuk menyelesaikan persoalan agar pendapatan di masa pandemi meningkat dengan mengggabungkan ide-ide; dan (2) pendapatan UMKM DB Wood memang bisa dikatakan mendapat pendapatan yang tinggi, dilihat dari kepuasan konsumen, kualitas produk dan kemasan yang baik. Tetapi, di beberapa produk lain mengalami penurunan dikarenakan faktor kondisi yaitu pandemi Covid-19 yang sudah mulai menurun atau sudah mulai hilang. Dengan memakai E-Commerce sebagai media penjualan dapat menjadikan upaya peningkatan pendapatan. Pencapaian pendapatan yang tinggi didukung oleh strategi yang dikembangkan oleh UMKM DB Wood, yaitu menjaga produk tetap *up to date* dengan menambah produk yang sedang diminati pasar, menurunkan harga dan menggunakan fungsi *E-Commerce* yaitu fitur produk dengan menggambarkan produk sejelas mungkin. Jadi, dapat dikatakan pemanfaatan digitalisasi berbasis E-Commerce dalam upaya peningkatan pendapatan di masa pandemi ini efektif.

DAFTAR PUSTAKA

Akhmad, K. A., & Purnomo, S. 2021. Pengaruh Penerapan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Surakarta. *Sebatik*, *25* https://doi.org/https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1293

Alfin, A. 2020. Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *1*, https://doi.org/https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.280

Anugrah, R. J. 2020. Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (covid-19). *Manova (Jurnal Manajemen Dan Inovasi)*, *2*. https://doi.org/https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.302

Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed). CA: Sage Publications.

Desy Setyowati. 2021. Survei KIC: *E-Commerce* Bantu UMKM Bertahan saat Pandemi hingga Ekspor. Retrieved February 18, 2021 from databoks website: https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/608c0ba1db71b/survei-kic-e-commerce-bantu-umkm-bertahan-saat-pandemi-hingga-ekspor

Susanti, E. 2020. Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi pada UMKM di Desa Sayang Kecamatan Jatinagor. *Sewala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa, Dan Masyarakat*, *1*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588

Suwarni, E., Sedyastuti, K., & Mirza, A. H. 2019. Peluang dan Hambatan Perkembangan Usaha Mikro pada Era Ekonomi Digital. *Ikraith Ekonomika*, *2*(1). https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/401

Wibasuri, A., Bangsawan, S., MS, M., & Ribhan. 2018. Determinants of Attitude Tourist in E-Tourism Usage. *International Journal of Engineering & Tecnology*, *7*(4), https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14419/ijet.v7i4.12189