

**ANALISIS PERAN *E-COMMERCE* DALAM MENINGKATKAN
PERKEMBANGAN BISNIS PADA WIRUSAHA BERSKALA MIKRO
DI KOTA MALANG**

**Oleh :
Ahmad Miftah Ghufuran**

**Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Brawijaya
Malang**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *e-commerce* dalam meningkatkan perkembangan bisnis di Kota Malang. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan model studi kasus. Penelitian ini menggunakan enam wirausahawan berskala mikro yang menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan usahanya sebagai obyek penelitian. Proses analisis dilakukan dengan didasarkan pada peran *e-commerce* di dalam usaha bisnis para wirausahawan berskala mikro. Gambaran ini diperoleh melalui wawancara langsung terhadap objek penelitian. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara garis besar *e-commerce* memiliki peran yang dapat membantu para wirausaha berskala mikro meningkatkan perkembangan bisnisnya. Peran tersebut antara lain kemudahan komunikasi, kemudahan pemasaran, modal minim, dan efisiensi waktu. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa para responden tetap menggunakan *e-commerce* atas peran yang dimiliki tersebut. Bagi wirausaha berskala mikro disarankan untuk lebih berhati-hati dalam menjalankan usaha bisnis dengan menggunakan *e-commerce* karena ada kekurangan dalam sistem keamanan dan sebaiknya menggunakan jaringan internet yang stabil dalam melakukan kegiatan usaha melalui *e-commerce*.

Kata Kunci: Peran *Ecommerce*, Wirausaha Berskala Mikro, Kota Malang.

PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang terus berkembang. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk adalah dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* untuk memasarkan berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. Penggunaan *e-commerce* telah mengalami perkembangan yang luar biasa di bidang bisnis terutama pada perusahaan skala besar karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses bisnis.

Selain perusahaan yang telah lebih dulu berkembang, *e-commerce* juga mulai banyak digunakan oleh wirausahawan. Terutama wirausahawan berskala mikro yang sekarang bisa dengan mudah dijumpai di situs forum jual beli. Wirausaha berskala mikro menurut UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM adalah usaha produktif milik orang perorang atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak lima puluh juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak tiga ratus juta rupiah.

Menurut Firdaus (2012) selama ini, sebelum berkembangnya layanan *e-commerce*, pelanggan yang ingin membeli suatu produk diharuskan untuk mendatangi tempat dari penjual produk sendiri. Hal tersebut sangat tidak efisien bagi para pelanggan yang mempunyai kesibukan yang padat. Untuk mulai melakukan bisnis online juga tidak diperlukan modal besar yang mencapai ratusan juta rupiah seperti yang dilakukan oleh bisnismen yang harus menghabiskan tabungannya hanya untuk membeli sebuah tempat atau toko. Belum lagi harus menyediakan produk yang akan dijual. Tentu tak terhitung dana yang harus dikeluarkan. Berbeda sekali dengan berbisnis secara online. Dengan bermodalkan hanya beberapa ratus ribu rupiah, orang sudah bisa memiliki sebuah toko di internet yang dapat diisi dengan berbagai produk yang akan dijual. Wirausaha berskala mikro memanfaatkan *e-commerce* untuk memesan produk kepada *supplier*-nya. Dengan menggunakan *e-commerce* wirausaha mikro mampu berkomunikasi lebih intens dengan pelanggan tanpa batasan waktu.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti ingin mengetahui peran *e-commerce* dalam meningkatkan perkembangan bisnis pada wirausaha berskala mikro di Kota Malang. Kota Malang penulis pilih sebagai lokasi penelitian karena peneliti merasa bahwa *e-commerce* memiliki peran yang besar dalam persaingan bisnis di Kota Malang. Selain itu, penulis juga merasa tidak akan kesusahan jika melakukan penelitian di Kota Malang serta memiliki rencana untuk membangun bisnis di Kota Malang.

RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut: 1) Bagaimanakah peran *e-commerce* dalam meningkatkan perkembangan bisnis di Kota Malang?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peran *e-commerce* dalam meningkatkan perkembangan bisnis pada wirausaha berskala mikro di Kota Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus pada wirausahawan berskala mikro yang terdapat di Kota Malang. Menurut Yin, pendekatan penelitian untuk menjawab pertanyaan seperti ini adalah lebih cenderung kepada metode studi kasus. Seperti halnya strategi-strategi penelitian lainnya, metode studi kasus merupakan suatu cara penelitian terhadap masalah secara deskriptif. Penelitian ini menjelaskan 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 deskriptif, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Objek penelitian ini adalah wirausahawan berskala mikro yang menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya. Kota Malang dipilih menjadi lokasi penelitian karena lokasinya yang sama dengan domisili penulis.

Agar lebih spesifik dalam melakukan penelitian, penulis menetapkan fokus penelitian sebagai berikut: a) Untuk menganalisis peran *e-commerce* dalam meningkatkan perkembangan bisnis pada wirausaha berskala mikro di Kota Malang.

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 Malang. *E-commerce* yang digunakan memanfaatkan forum jual beli Kaskus. Keenam wirausahawan berskala mikro tersebut juga menjalankan bidang usaha yang berbeda-beda.

Berdasarkan teori Yin (2003) maka tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut: 1) Penelitian kepustakaan, yang telah disusun sedemikian rupa sehingga dapat digunakan sebagai dasar pembahasan dan pemecahan masalah. 2) Mengumpulkan data-data pendukung yang berguna dalam membantu penelitian ini. Seperti data wirausaha berskala mikro yang menggunakan *e-commerce* dalam bisnisnya di lingkup Kota Malang. 3) Membuat pertanyaan untuk wawancara dengan responden. 4) Melakukan wawancara kepada wirausaha berskala mikro yang menggunakan *e-commerce* dalam kepentingan bisnisnya dengan alat bantu daftar pertanyaan. 5) Melakukan penelitian dan pembahasan dengan menggunakan hasil dari wawancara. Analisis yang dilakukan adalah analisis peran *e-commerce* dalam meningkatkan perkembangan bisnis pada wirausaha berskala mikro di Kota Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertanyaan mengenai bidang usaha dijawab oleh seluruh responden dengan jawaban yang berbeda-beda karena memang penulis yang memilih enam responden dengan bidang usaha yang berbeda-beda. Bidang usaha dari keenam wirausaha berskala mikro tersebut antara lain, bidang usaha *hardware* dan aksesoris komputer, pakaian pria, sepatu, pulsa elektrik, *model kit* Gundam, dan *souvenir* berupa mug, pin, dan gantungan kunci. Ini sudah sesuai dengan metodologi penelitian penulis mengenai sumber data yang penulis gunakan untuk melakukan penelitian yaitu enam wirausaha berskala mikro yang memiliki bidang usaha berbeda-beda.

Omzet usaha merupakan sesuatu yang rahasia bagi sebagian besar pemilik usaha. Karena itu penulis mencari enam wirausahawan yang bersedia terbuka kepada penulis mengenai besarnya omzet usaha mereka selama setahun. Penulis mengklasifikasikan penelitian kepada wirausaha berskala mikro yang omzetnya paling besar Rp 300 juta per tahun, maka pertanyaan tentang jumlah omzet per tahun pun dijawab oleh para responden dengan kisaran tidak lebih dari Rp 300 juta per tahun. Ini sudah sesuai dengan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang UMKM yaitu wirausahawan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300 juta.

Alasan yang mendasari para wirausaha berskala mikro menggunakan *e-commerce* dalam usaha adalah selain karena *e-commerce* membantu mereka dalam menekan biaya modal, *e-commerce* mereka pilih karena kemudahan dalam penerapannya. Mereka hanya memerlukan kemampuan dasar dalam memakai internet yang rata-rata semua orang memilikinya. Tiga dari enam responden juga mengakui bahwa dengan *e-commerce* mereka dapat melakukan pemasaran yang lebih luas. Saat ini, hampir setiap orang terhubung dengan dunia maya. Hampir semua hal dapat dilakukan dengan berhubungan lewat *internet*. Pemasaran lewat *internet* pun menjadi suatu jalan yang bisa diandalkan bagi wirausaha berskala mikro. Selain itu menurut keenam responden, dengan menggunakan *e-commerce* mereka akan lebih menghemat waktu karena operasional bisnis dapat diatur kapanpun dan dimanapun. Wirausahawan berskala mikro ini merasa sangat

diuntungkan dengan adanya *e-commerce* karena rata-rata para responden menjalankan usaha ini disela kesibukan utama mereka.

Pertanyaan selanjutnya mengenai berapa lama para responden menggunakan *e-commerce* dalam usaha. Lima dari enam wirausaha berskala mikro tersebut menerapkan *e-commerce* dari awal mereka memulai usahanya. Menurut kelima wirausahawan tersebut penggunaan *e-commerce* tersebut hanya membutuhkan modal kecil saja untuk memulai sebuah usaha. Para wirausahawan juga mengakui *e-commerce* sangat membantu mereka dalam menekan biaya modal karena dengan *e-commerce* mereka tidak memerlukan bangunan toko untuk melakukan *display* produk mereka. Dan satu dari kelima wirausahawan mengakui bahwa ia menggunakan *e-commerce* untuk mempermudah usahanya dalam melakukan pemasaran. Wirausahawan tersebut mengakui bahwa *e-commerce* memiliki kemampuan untuk memperluas pangsa pasarnya dan juga mengurangi biaya pemasaran, karena dengan memajang produk yang ia jual di forum jual beli Kaskus tersebut ia tidak terkena denda apapun.

Di dalam wawancara ini penulis juga menanyakan tentang bagaimana pengaruh *e-commerce* pada perkembangan bisnis para wirausahawan berskala mikro. Keenam responden menjawab hal yang sama yaitu, kemudahan dalam melakukan kegiatan pemasaran. Keenam wirausahawan berskala mikro tersebut mampu memasarkan produknya tidak hanya di Malang Raya saja, tapi juga di seluruh kota di Indonesia. Mereka mengakui bahwa *e-commerce* memberi kemudahan dalam memperluas pangsa pasar mereka, terutama di daerah-daerah yang belum menjual barang yang mereka perdagangkan. Para wirausahawan mampu membuat saluran distribusi baru yang bisa menjangkau banyak pelanggan di seluruh daerah dan tidak hanya di Indonesia saja. Keenam responden juga mengakui bahwa dengan menggunakan *e-commerce* mereka mampu untuk tetap mengikuti pasar. Pasar yang dimaksud disini adalah kemampuan untuk bersaing dengan pedagang lain, sehingga bisnis mereka dapat tetap berjalan. Persaingan merupakan sesuatu yang tidak dapat dihindarkan dalam bisnis. Untuk mampu berkompetisi maka para wirausahawan diharuskan untuk selalu mengamati produk yang dibutuhkan oleh konsumen di dalam bidang mereka masing-masing.

Alasan ketiga yaitu keenam responden mengakui bahwa *e-commerce* mampu mengurangi biaya pengeluaran dari kegiatan bisnis mereka. Hal ini dikarenakan empat dari enam responden tidak memerlukan pengeluaran lebih untuk memasang *display* produk mereka di dalam sebuah toko. Alasan keempat dari keenam responden yaitu bisnis yang bisa dijalankan selama dua puluh empat jam. Para wirausahawan berskala mikro tidak memerlukan batasan waktu dalam melakukan kegiatan pemasaran melalui *e-commerce*. Ini disebabkan oleh sistem dari *e-commerce* itu sendiri yang selalu beroperasi selama dua puluh empat jam penuh. Tiga dari enam wirausahawan berskala mikro tersebut juga mengaku bahwa dengan menggunakan *e-commerce* mereka mampu untuk mendapatkan *supplier* baru. *Supplier* baru disini adalah *supplier* yang mampu menyediakan barang ketika stok barang di gudang mereka telah habis, atau *supplier* yang menawarkan produk yang tidak mereka miliki. Selain itu para responden juga mengaku bahwa mereka dapat melayani pelanggan secara lebih responsif dan memuaskan. Ini dikarenakan sistem *e-commerce* yang mampu mempertemukan penjual dan pembeli secara langsung tanpa perlu bertatap muka dan memerlukan batasan waktu.

Pertanyaan selanjutnya adalah tentang kekurangan apa saja yang terdapat pada sistem *e-commerce*. Menurut keenam wirausahawan berskala mikro selama ini yang kurang dari sistem tersebut adalah mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Pelanggan tidak memiliki kemampuan untuk mengetahui bagaimana kualitas dari barang yang dijual tersebut, karena para pelanggan tidak mampu melihat, menyentuh, dan menilai barang tersebut secara langsung. Dua dari enam pelanggan juga mengakui bahwa jika *rating* mereka di forum jual beli Kaskus tersebut tidak bagus, maka mereka akan mengalami kesulitan mendapatkan pelanggan. Kekurangan yang kedua adalah bahwa sistem *e-commerce* tersebut memiliki kekurangan dalam sistem keamanan. Keenam responden mengakui bahwa mereka tidak mengetahui seberapa baik keamanan dari sistem *e-commerce* yang mereka gunakan. Inilah yang menjadi kekhawatiran responden jika suatu hari nanti *website* tempat mereka berjualan terkena *hack* dan semacamnya. Satu dari enam responden juga mengakui bahwa karena sistem ini berupa *software*

maka istilah *error* pada sistem tersebut tidak mungkin dihindari. Namun masalah keamanan dan terjadinya *error* dapat dimaklumi oleh para responden sebagai risiko bawaan dari kelancaran bisnis yang mereka jalankan.

Pertanyaan berikutnya adalah mengenai seberapa jauh penerapan *e-commerce* digunakan di dalam wirausaha berskala mikro. Keenam wirausahawan menjawab yang tentu saja sangat berperan penting dalam memasarkan produk mereka. *E-commerce* dalam hal ini forum jual beli Kaskus digunakan oleh para responden sebagai “*toko online*” mereka tempat para wirausahawan berskala mikro mempromosikan berbagai foto dari produk beserta keterangan dari barang yang mereka jual kepada pelanggan. Dan lima dari enam wirausahawan juga mengatakan bahwa mereka juga menggunakan *e-commerce* untuk berhubungan dengan *supplier* mereka. Keadaan ini sangat mungkin didukung oleh *supplier* yang juga menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya, tiga dari enam responden mengatakan bahwa mereka juga menggunakan *e-commerce* untuk berhubungan dengan pelanggan mereka. Dengan adanya komunikasi yang intens dengan pelanggan para responden mendapatkan kepercayaan yang lebih dari pelanggannya.

Pertanyaan selanjutnya mengenai apakah *e-commerce* mampu meningkatkan jumlah pendapatan dari penjualan para wirausahawan berskala mikro. Semua wirausahawan mengakui bahwa *e-commerce* mampu meningkatkan pendapatan mereka. Hal ini disebabkan oleh pemasaran yang dilakukan melalui *e-commerce* mampu memperluas pangsa pasar para wirausahawan berskala mikro tersebut, sehingga mampu menarik banyak perhatian calon pelanggan untuk membeli produk mereka. *E-commerce* sangat membantu para wirausahawan dalam melakukan pemasaran di daerah-daerah yang belum menjual produk yang mereka jual. Ini menjadikan mereka sebagai salah satu pemasok tunggal sebuah produk di daerah tersebut sehingga mereka mampu mendapat banyak keuntungan di daerah yang belum menyediakan barang seperti yang mereka jual. Oleh karena itu pendapatan mereka selalu bertambah per bulan atau per tahunnya. Satu dari enam wirausahawan mengaku meminta bantuan kepada para pelanggannya untuk meninggalkan sebuah *testimonial* di forum tempat mereka berjualan yaitu forum

jual beli Kaskus. Di dalam testimonial ini para wirausahawan berskala mikro biasanya mendapat sebuah komentar dari pelanggan berupa *recommended seller*. Komentar tersebut diakui wirausahawan mikro sangat membantu dalam menarik pelanggan untuk membeli barang dagangannya, karena komentar itu menandakan bahwa banyak pelanggan yang telah percaya kepada wirausahawan tersebut. Kepercayaan merupakan faktor penting dalam menjalankan bisnis dengan menggunakan *e-commerce* karena tanpa adanya kepercayaan antara kedua belah pihak maka suatu transaksi tidak akan dapat terjadi. Dan dua dari enam pelanggan juga mengaku bahwa pelanggan juga berperan penting dalam peningkatan pendapatan mereka. Seperti yang kita tahu bahwa pelanggan merupakan salah satu aset penting para wirausahawan agar tetap mampu menjalankan bisnisnya. Para pelanggan tersebut ikut memasarkan produk kedua wirausahawan berskala mikro itu ke teman-temannya. Hal ini dikarenakan pelanggan tersebut telah percaya pada kualitas dari barang yang dijual dan pelayanan yang diberikan oleh kedua wirausahawan tersebut dan merekomendasikan teman-teman mereka untuk membeli produk dari kedua wirausahawan tersebut, sehingga pendapatan dari kedua wirausahawan tersebut meningkat.

Pertanyaan berikutnya mengenai kendala apa saja yang ditemui para wirausahawan berskala mikro pada saat menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya. Menurut responden selama ini yang menjadi kendala dalam menjalankan bisnis dengan menggunakan *e-commerce* adalah jaringan yang tidak stabil. Sinyal ataupun jaringan sangat penting untuk menunjang jalannya usaha responden karena berhubungan erat dengan kegiatan bisnis melalui *e-commerce* yang dilakukan. Keadaan sinyal ataupun jaringan yang masih relatif tidak stabil di Indonesia khususnya di Kota Malang menjadikan hal ini kesulitan yang menurut responden selalu mengganggu kelancaran usaha yang dijalankan.

Selanjutnya, penulis menanyakan mengenai apakah para wirausahawan berskala mikro akan terus menggunakan *e-commerce* untuk mengembangkan bisnisnya. Keenam responden menjawab akan terus menggunakan *e-commerce* dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini disebabkan karena kemudahannya dalam menerapkan. Dengan menggunakan *e-commerce*

para responden merasa sangat terbantu dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Melakukan kegiatan bisnis dengan *e-commerce* tidak terbatas oleh waktu dan tempat. Selain itu juga para wirausahawan hanya membutuhkan koneksi internet untuk dapat terhubung dengan *website* tempat dimana mereka berjualan. Mereka juga dapat dengan mudah untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan *supplier* mereka masing-masing. Dan juga *e-commerce* memiliki kelebihan lain yaitu mampu mengurangi biaya pengeluaran para wirausahawan berskala mikro. Keuntungan inilah yang membuat para wirausahawan mikro akan tetap memakai *e-commerce* untuk mengembangkan bisnis mereka kedepannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Memasarkan produknya kepada pelanggan. Wirausaha berskala mikro memanfaatkan *e-commerce* sebagai toko visual dimana wirausaha berskala mikro memajang gambar produk mereka secara interaktif dan *real time* melalui saluran komunikasi langsung via *internet*.
2. Menciptakan saluran distribusi baru. Para responden mampu memasarkan produknya di daerah-daerah yang belum dibanjiri suatu produk baru yang belum ada di pasaran.
3. Meningkatkan pendapatan penjualan. Wirausaha berskala mikro mampu memperluas pangsa pasar sehingga mampu menarik banyak perhatian calon pelanggan untuk membeli produk mereka, khususnya di daerah yang belum dibanjiri suatu produk baru yang belum ada di pasaran.
4. Berhubungan dengan *supplier*. Wirausaha berskala mikro memanfaatkan *e-commerce* untuk memesan produk kepada *supplier*-nya, juga mencari *supplier* baru untuk menambah variasi produk yang mereka jual.
5. Berkomunikasi dengan pelanggan. *E-commerce* memungkinkan wirausaha berskala mikro dapat melayani pelanggan secara lebih responsif dan memuaskan tanpa batasan waktu.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, penulis memberikan saran kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Wirausaha Berskala Mikro

- a. Bagi wirausaha berskala mikro disarankan untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan *e-commerce*, karena ada kekurangan dalam sistem keamanan dalam menjalankan usaha bisnis.
- b. Dalam melakukan kegiatan pemasaran melalui *e-commerce* sebaiknya menggunakan jaringan *internet* yang stabil sebelum mengiklankan suatu produk untuk menghindari masalah gangguan koneksi ke *server* yang terjadi demi kelancaran usaha bisnis.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian lebih memfokuskan kepada satu aspek saja sehingga dapat memberikan suatu kesimpulan yang lebih spesifik.