

PERAN E-COMMERCE DI MASA PANDEMI COVID-19

ASIH HANDAYANTI, DEA SUKMA AGACHI, WINDA FADILLAH
asihhandayanti@uninus.ac.id

Abstrak

Penggunaan platform e-commerce merupakan hal unik untuk dikaji. Mengingat peningkatan pengguna e-commerce yang bahkan melejit dari biasanya terlebih dikarenakan dampak dari pandemi covid-19 yang memiliki imbas sangat besar pada sektor perekonomian terutama di Indonesia dengan cara mempelajari jurnal-jurnal yang telah tersedia serta melihat fakta yang terjadi secara langsung selama kurang lebih dua tahun kebelakang hingga saat ini. Peningkatan pengguna platform ini didukung dengan menggunakan jaringan internet agar dapat di akses dan melakukan transaksi secara online didalamnya. Besarnya pengaruh dari pandemi covid-19 menjadikan bahkan memaksa banyak orang yang terputus pekerjaannya untuk mempelajari dan memulai usaha start-up dengan menggunakan platform e-commerce. Dengan demikian, penggunaan platform e-commerce dapat membantu memperbaiki perekonomian yang menurun serta mengurangi jumlah pengangguran akibat dari imbasnya pandemi covid-19. Maka, tujuan akhir dari dibuatnya artikel ini, untuk menjelaskan dan mengetahui bagaimana pengaruh e-commerce bagi pengusaha start-up yang terdampak pandemi untuk memulai usaha menggunakan media lain yaitu media online.

Key Words: E-Commerce, Bisnis Elektronik, Pandemi Covid-19

Pendahuluan

Ditemukan penyakit Covid-19 pertama di Wuhan, Tiongkok pada Desember tahun 2019. Saat itu virus mulai tersebar secara global ke seluruh dunia dengan cepat. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena

dampak dari wabah Covid-19. Jutaan orang terpapar virus Covid ini di seluruh dunia. Imroatul (2020) menyebutkan virus ini penularannya cepat dan sulit mendeteksi orang-orang yang terpapar virus ini karena waktu inkubasinya 14 hari

sehingga menyebabkan banyaknya korban yang terpapar dan terinfeksi. Dampak yang ditimbulkan dari virus ini, bukan hanya pada sektor kesehatan dan pendidikan saja, sektor ekonomi pun terkena akibatnya. Di era Covid-19 ini, masyarakat di haruskan membatasi kegiatannya selain didalam rumah, hal ini menyebabkan menurunnya perekonomian perdagangan saat ini yang menimbulkan kerugian di berbagai kalangan. Mulai dari kalangan atas, menengah, dan bawah dikarenakan usaha-usaha yang dijalani mengalami kerugian yang besar.

Adanya kebijakan *lockdown* yang diberlakukan pemerintah dari setiap negaranya termasuk Indonesia sendiri guna menghentikan penyebaran covid-19 nyatanya berimbas pada sektor perekonomian. Pasokan rantai makanan terganggu dikarenakan kebijakan *Lockdown* menghambat kemajuan pasokan rantai makanan. Disisi lain tingkat pengangguran meningkat lebih dari biasanya. Kebijakan *lockdown* mempengaruhi kegiatan kinerja perusahaan sehingga mengharuskan kebanyakan perusahaan di Indonesia untuk memutus sebagian pegawai guna menjalankan kebijakan *lockdown* yang di berlakukan pemerintah. Dengan demikian munculah banyak usaha start-up baru untuk mempertahankan dan mendongkrak perekonomian yang menurun akibat pandemi covid-19 dan kebijakan yang dikeluarkan pemerintah dengan menggunakan *platform e-commerce* yang di masa seperti sekarang ini sangat familiar untuk digunakan sebagai *platform* bertransaksi.

Nurlaela (2021) menyebutkan Akibat dari pembatasan sosial dimasyarakat tersebut juga mendorong masyarakat untuk melakukan transaksi ke sistem digital atau *online*. Hal tersebut

didukung dengan tersedianya para pebisnis. *E-commerce* yang menyediakan lapak secara gratis untuk masyarakat bisa berjualan *online* untuk menjadi solusi di masa pandemi ini. Munawar (2009) mengatakan *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai proses bisnis dengan menggunakan teknologi elektronik yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik pertukaran/penjualan barang, jasa, dan informasi secara elektronik. *E-commerce* menjadi pilihan yang tepat digunakan untuk memulai usaha *start-up* apalagi di masa pandemi sekarang.

E-commerce menjadi cukup potensial. Karena kita bisa dengan mudah berbelanja hanya dari rumah saja. Jauh sebelum saat ini, sebenarnya *platform e-commerce* telah tersedia sejak lama, namun peningkatan penjualan di *platform online* menjadi semakin meningkat semenjak pandemi berlangsung, hal itu terjadi karena masyarakat menghindari berbelanja offline dan melakukan social distancing sebagai upaya pencegahan virus covid-19. Penggunaan *e-commerce* tidak perlu dikhawatirkan karena dari kebanyakan generasi saat ini, mereka sudah cukup bersahabat dengan *platform e-commerce*. Bahkan *platform e-commerce* saat ini membuat para penggunanya mampu menjangkau pasar yang terletak jauh dari Indonesia. Oleh karena itu artikel ini akan membahas peran *e-commerce* yang menjadi solusi bagi sektor perekonomian dan juga bisnis di tengah pandemi covid-19 sekarang ini.

Metodologi

Definisi

Mengutip dari Kamus Besar Bahasa

Indonesia (KBBI) pandemi dimaknai sebagai wabah yang berjangkit serempak dimana-mana meliputi daerah geografi yang luas. Wabah penyakit yang masuk dalam kategori pandemi adalah penyakit menular dan memiliki garis infeksi berkelanjutan. Maka, jika ada kasus terjadi di beberapa negara lainnya selain negara asal, akan tetap digolongkan sebagai pandemi. *Corona Virus Disease 2019* ini awal penyebarannya terjadi di kota Wuhan China pada penghujung tahun 2019. Virus ini menyebar dengan sangat cepat sehingga hampir semua negara melaporkan penemuan kasus Covid-19, di Indonesia sendiri kasus pertamanya terjadi di awal bulan Maret 2020. Sehingga itu merupakan hal yang wajar dengan banyaknya negara yang mengambil kebijakan sesuai dengan situasi dan kondisi di negara masing-masing. dan membuat hubungan antara beberapa negara menjadi tidak berjalan dengan baik. Akan tetapi kebijakan yang banyak diambil adalah dengan memberlakukan lockdown yang dianggap sebagai strategi tercepat memutus mata rantai penyebaran virus yang satu ini.

Laudon (1998), *e-commerce* adalah suatu proses membeli dan menjual produk-produk secara elektronik oleh konsumen dan dari perusahaan ke perusahaan dengan computer sebagai perantara transaksi bisnis. Menurut Shelly Cashman (2007: 83) *e-commerce* atau kependekan dari *elektronik commerce* (perdagangan secara electroni), merupakan transaksi bisnis yang terjadi dalam jaringan elektronik, seperti internet. Siapapun yang dapat mengakses komputer, memiliki sambungan ke internet, dan memiliki cara untuk membayar barang-barang atau jasa yang mereka beli, dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*.

Perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan browser Web untuk membeli dan menjual produk. McLeod Pearson (2008: 59).

E-Commerce

Awal bulan Desember 2019, dunia dikejutkan dengan penyebaran sangat cepat Virus Corona dan diumumkan oleh WHO menjadi pandemi sejak 11 Maret 2020. Pandemi ini tentu saja memberikan efek bagi kehidupan manusia di semua aspek, terkhusus di bidang perekonomian. Indonesia juga merasakan hal yang sama. Pada kuartal I-2020, ekonomi Indonesia tercatat tumbuh positif sebesar 2,97%, meski melambat bila dibandingkan kuartal IV-2019 yang tumbuh 4,97%. Sementara pada kuartal II-2020, ekonomi Indonesia turun 5,32% (www.bps.go.id, Agustus 2020).

Adanya pandemi ini, aspek kehidupan berubah salah satunya dari sisi ekonomi. Bahkan, beberapa perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja secara paksa atau pemutusan hubungan kerja secara masal terhadap karyawannya. Bisnis elektronik (*electronic business* atau *e-business*) adalah proses bisnis yang memanfaatkan penggunaan teknologi digital dan internet dalam operasional utamanya. E-business meliputi aktivitas pengelolaan internal suatu perusahaan serta kegiatan koordinasi dengan supplier dan rekan bisnis lainnya (Laudon, 2014). E-commerce (*electronic commerce*) adalah bagian dari *e-business* (*electronic business*) yang berhubungan dengan kegiatan jual-beli barang/jasa melalui Internet.

E-commerce juga meliputi aktivitas yang mendukung transaksi tersebut, seperti periklanan, pemasaran, dukungan konsumen, keamanan, pengiriman, dan pembayaran (Laudon, 2014).

Menurut Kepala Departemen Kebijakan Sistem Pembayaran Bank Indonesia (BI), selama pandemi penjualan *e-commerce* meningkat 26% dengan konsumen baru sebesar 51%. Pembayaran digital juga ikut meningkat dengan adanya penggunaan teknologi. Lebih dari 70% porsi transaksi Kredivo berasal dari *e-commerce* (mediaindonesia.com, September 2020). Selain itu, aktivitas ekonomi di *e-commerce* tercatat naik hingga 40,6%. Menurut laporan Tinjauan *Big Data* Terhadap Dampak Covid-19 2020 yang disusun oleh Badan Pusat Statistik (BPS), penjualan online juga melonjak tajam selama masa pandemi (m.liputan6.com, Juli 2020).

Humas Kementrian Ketenagakerjaan Republik Indonesia mengungkapkan bahwa sebanyak pengangguran semakin meningkat yaitu menjadi 9,7 juta orang dengan tingkat pengangguran terbuka (TPT) mencapai 7,07% di Indonesia, 2,56 juta orang menggangu akibat Covid-19. Dengan adanya kemajuan teknologi masyarakat membuat usaha serta memasarkan lewat platform elektronik atau yang disebut dengan *e-commerce*. Dalam bisnis *e-commerce* sendiri merupakan bagian dari ekonomi kreatif yang saat ini perkembangannya sangat pesat. Ditengah masa pandemi ini, *e-commerce* berperan aktif dalam membantu UKM untuk terus bertumbuh. Dengan banyaknya himbauan untuk bekerja dan belajar dirumah. *E-commerce* menjadi pilihan bagi penjual untuk bisa tetap berdagang dari rumah. Keuntungan lain adalah cakupan bisnis dan penjualan yang tidak terbatas mencakup ke seluruh

dunia membuat *e-commerce* menjadi cukup potensial. Peningkatan penjualan di platform online juga semakin meningkat terhitung semenjak pandemi berlangsung.

Shopee mencatat ada 260 juta transaksi sepanjang kuartal II 2020 dengan rata-rata lebih dari 2,8 juta transaksi per hari. Catatan ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 130% dibanding tahun sebelumnya (mediaindonesia.com, September 2020). Bukalapak yang merupakan salah satu startup unicorn di Indonesia bidang *e-commerce* kedua setelah Tokopedia, untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang sedang bekerja di rumah selama beberapa bulan belakangan ini memperluas produk sembako dan produk sanitasi. Blibli juga memperlihatkan tren penjualan produk sembako, pembersih, sanitasi, masker kesehatan dan vitamin mengalami peningkatan. Masyarakat yang mulai menyesuaikan diri untuk tetap tinggal di rumah pun memberikan dampak kepada pertambahan penjualan perusahaan *e-commerce* tersebut dalam hal produk peralatan memasak, video game, dan peralatan olahraga (Sudaryono dkk, 2020)

E-commerce memudahkan konsumen untuk leluasa memilih produk barang dan jasa hanya melalui smartphone dan internet. Mereka tidak perlu mengeluarkan biaya transportasi untuk mendatangi pusat perbelanjaan, dan saat ini banyak *marketplace* yang didukung dengan program gratis ongkir sehingga tidak perlu membayar ongkos kirim. *E-commerce* juga menghemat waktu dan tenaga buyer karena tidak harus berdesak-desakan seperti saat berbelanja ke pasar atau pusat perbelanjaan lainnya. Harga juga telah dicantumkan oleh pelaku bisnis online sehingga konsumen bisa melakukan perbandingan harga untuk bisa mendapatkan harga yang lebih murah

dengan kualitas yang sama.

Pembahasan

E-commerce tidak hanya gempar saat adanya pandemi, pangsa pasar bisnis berbasis *e-commerce* mengalami peningkatan terhitung sejak tahun 2015 hingga tahun 2021. Sehingga dapat disimpulkan tren bisnis *e-commerce* sudah terbuka di Indonesia, terlebih lagi dimasa pandemi covid-19 sekarang ini. Menurut *Business Operations Manager* SIRCLO, Trias Puspita Hayati, beralih ke online menjadi solusi terbaik bagi para pelaku UMKM untuk dapat bertahan dari pandemi covid-19. Perubahan gaya hidup masyarakat akibat diterapkannya PSBB, menjadi belanja secara online, sebagai peluang untuk bertahan.

Pengaruh *e-commerce* dimasa pandemik covid-19 terhadap pembangunan ekonomi berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Indonesia. Hal ini terjadi karena banyaknya masyarakat yang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah dan juga berlakunya pembatasan sosial berskala besar yang terjadi di Indonesia membuat orang-orang berdiam diri di rumah sehingga mereka cenderung akan melakukan segala transaksi secara virtual baik untuk mematuhi peraturan yang di buat pemerintah untuk tidak memperluas penyebaran virus. Dengan begitu, pola transaksi masyarakat dipaksa berubah dari konvensional menjadi bertransaksi secara online untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Peningkatan transaksi online tersebut menjadikan bisnis *e-commerce* bergeser jadi kebutuhan utama bagi masyarakat dan sektor publik lainnya dalam bertransaksi di masa pandemi covid-19. Mengingat masyarakat ada yang sebagian

takut berbelanja secara langsung sehingga terpaksa membeli dengan cara online di beberapa *platform e-commerce*, dengan adanya perpindahan atau kebutuhan lain yang ada di masyarakat, pemilik usaha harus turut beralih mengikuti pasar demi melanjutkan mata pencahariannya.

Tak hanya pemilik bisnis besar di Indonesia yang merasakan dampak peningkatan konsumen online, para pedagang tradisional pun banyak yang beralih berjualan secara online meskipun hanya dilakukan dengan peralatan dan platform seadanya mengikuti tren zaman yang semakin lama semakin canggih. Pandemi covid-19 seolah menantang dunia untuk mengeksplorasi lebih banyak hal yang belum sempat terjamah, memantik ide kreatif masyarakat untuk membentuk startup baru, atau startup kolaborasi dengan menggunakan aplikasi seperti *zoom meeting*, *google meeting*, *goto meeting* yang tiba-tiba menjadi populer di masa pandemi covid-19. (Sudaryono, et al. 2020). Peluang di sektor tersebut banyak diambil oleh perusahaan besar atau individu yang memiliki kemampuan untuk membantu perusahaan atau lembaga yang diharuskan menerapkan sistem digital dalam pelaksanaan kegiatannya, seperti di bidang pendidikan dan sektor publik di pemerintahan, itu pun menjadi pangsa pasar baru yang bisa menjadi solusi bagi masyarakat yang memiliki kemampuan mengelola peluang tersebut.

Kebijakan pencegahan penyebaran virus covid-19 yang betul-betul memaksa masyarakat untuk mengurangi keluar rumah, menjaga jarak dan bekerja dari rumah sedikitnya 25% sampai 100%. Konsumen pun banyak menghindari berbelanja langsung di tempat keramaian. Permintaan kebutuhan data dan internet disaat pandemi pun ikut meningkat secara

drastis, peluang tersebut diambil oleh perusahaan penyedia jasa provider internet yang baru, peningkatan tersebut melonjak 40% pada saat diberlakukannya peraturan pemerintah untuk bekerja dan belajar dari rumah secara online. Produk yang paling banyak dibeli selama era pandemi covid-19 yaitu, tisu, sarung tangan sekali pakai, freezer, bidet, kettlebel, mesin roti, cat, puzzle, buku mewarnai, masker, handsanitizer, pembersih udara, treadmill, sepeda statis, matras yoga, lemari es, bola olah raga dan peralatan olahraga, (Andrienko, 2020). Minat belanja pada sepeda polygon meningkat hingga 1.036% sejak awal maret 2020 dibandingkan dengan bulan sebelumnya.

Kesimpulan

Penyebaran virus Covid-19 yang ada sejak beberapa tahun lalu tidak hanya berdampak pada permasalahan kesehatan, tetapi sudah menyebar menggapai permasalahan ekonomi seperti industri dan perdagangan, politik sampai pada keamanan pertahanan. Kebijakan pembatasan sosial berupa *lockdown* yang disampaikan oleh pemerintah dan dilaksanakan oleh masyarakat memang bertujuan untuk menekan penyebaran virus, namun itulah yang menjadi pematik atau awal mula lemahnya ekonomi di dunia khususnya Indonesia. Kebijakan itu menyebabkan disrupsi pada rantai pasokan, menurunkan aktivitas produksi dan konsumsi masyarakat, meningkatkan pengangguran, dan mengoreksi pertumbuhan ekonomi.

Bagi para pelaku usaha, *e-commerce* menjadi solusi untuk mengatasi dampak covid-19, meningkatkan skala penjualan karena banyak investor yang tertarik dalam

bidang ini, meningkatkan jangkauan pemasaran, dan mendorong pelaku bisnis untuk beradaptasi dengan kondisi selama pandemi dan teknologi. E-commerce juga bermanfaat bagi konsumen, karena dapat memberikan keamanan dan kenyamanan dalam bertransaksi, terlebih menghadapi ketatnya peraturan pemerintah yang membatasi masyarakat dengan sosial distancing sebagai langkah untuk meminimalisir penyebaran virus covid-19. Konsumen juga menjadi lebih efektif dan efisien dalam hal waktu, tenaga, dan pemilihan harga dibanding dengan bertransaksi secara konvensional. Dengan berkembangnya sektor e-commerce pula mengharuskan masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk pemenuhan kebutuhan hidupnya.

Peran e-commerce dalam pembangunan ekonomi di masa pandemi covid-19 terhadap minat beli masyarakat saat ini cukup besar sehingga perekonomian negara bisa terselamatkan dan berangsur membaik meskipun tidak semua orang memahami cara kerjanya. Teknologi yang semakin berkembang pesat ditambah dengan keadaan yang memaksakan semua orang harus waspada terhadap penyebaran virus masih mengharuskan masyarakat hidup beradaptasi dengan adanya e-commerce, kehadiran pandemi mempercepat adopsi e-commerce dan aplikasi digital dalam kehidupan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Ayu, S., & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114-123.
- Cashman, Shelly. (2007). *Discovering Computers. Menjelajah Dunia Komputer Fundamental*, Edisi 3. Salemba Infotek: Jakarta.
- Hernikawati, D. (2021). Analisis Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Jumlah Kunjungan pada Situs E-Commerce di Indonesia Menggunakan Uji T Berpasangan. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 191-202.
- Karyati, I. P. (2019). E-commerce untuk UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Retrieved Agustus, 5, 2021.
- Kenneth J. Laudon, Jane P. Laudon. (1998). *Sistem Informasi Manajemen: The Digital Firm*, International Edition. New Jersey: Pentise Hall International Inc.
- McLeod Pearson. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba. Jakarta.
- Munawar, Kholil. 2009. E-Commerce. Diambil dari: <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/perdagangan-elektronik-ecommerce.html>
- Nurlela, N. (2021). E-Commerce, Solusi di Tengah Pandemi COVID-19. *Jurnal Simki Economic*, 4(1), 47-56.
- Purnama, N. I., & Putri, L. P. (2021, June). Analisis penggunaan E-commerce di masa pandemi. In *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial dan Humaniora* (Vol. 1, No. 1, pp. 556-561).
- Rintoko. (2020). Menaker Ida: 29,12 Juta Orang Penduduk Usia Kerja Terdampak Pandemi Covid-19 : Berita : Kementerian Ketenagakerjaan RI. Kemnaker.go.id. Kemnaker RI. Retrieved June 13, 2022.
- Salsabilla, F., & Ardhiyansyah, A. (2021, July). PERAN E-COMMERCE DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI DI MASA PANDEMI COVID 19 TERHADAP MINAT BELI. In *SENAKOTA: Seminar Nasional Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 1, No. 1, pp. 240-247).
- Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid 19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis Offline. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(02), 110-124.

