
Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Masyarakat

Muhammad Fariz Abdullah Pelu, Adi Mansah

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

* Correspondence e-mail; farizalydrus@gmail.com

adi.mansah@umj.ac.id

Article history

Submitted: 2023/12/02; Revised: 2023/12/12; Accepted: 2023/12/22

Abstract

E-commerce, atau perdagangan elektronik, telah menjadi fenomena yang mengubah cara bisnis dilakukan di era digital ini. Didefinisikan sebagai kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jaringan internet, e-commerce melibatkan transaksi bisnis antara perusahaan, konsumen, dan komunitas melalui platform elektronik. Penelitian ini mengulas berbagai aspek e-commerce, mulai dari definisi hingga dampak positif dan negatifnya. Faktor-faktor krusial dalam e-commerce termasuk harga kompetitif, respons cepat, informasi produk yang lengkap, bonus, ulasan pelanggan, dan pembuatan rasa komunitas. Jenis-jenis e-commerce seperti business to consumer (B2C) menempati peran penting, dengan desain situs yang memperhatikan kebutuhan konsumen individual. Keuntungan e-commerce mencakup kemudahan berbelanja, efisiensi biaya, dan globalisasi, sementara persaingan sengit dan kekhawatiran keamanan menjadi tantangan. Perkembangan e-commerce memberikan dampak positif makro pada perekonomian, memicu perubahan perilaku sosial, dan memberikan peluang bisnis bagi kaum milenial. Studi kasus Shopee menunjukkan bahwa keberhasilan e-commerce juga tergantung pada inovasi layanan, seperti garansi, gratis biaya pengiriman, dan garansi harga termurah. Meskipun demikian, terdapat kekurangan dalam sistem pembayaran terpisah dan tampilan deskripsi produk yang kurang menarik. Dengan pertumbuhan e-commerce yang terus berkembang, perubahan dalam perilaku konsumtif masyarakat menjadi nyata. Kesimpulan penelitian ini menyajikan pandangan holistik terhadap dinamika e-commerce dan implikasinya terhadap bisnis, konsumen, dan masyarakat secara keseluruhan.

Keywords

E-Commerce, Masyarakat



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

E-commerce merupakan aplikasi online yang memungkinkan penjual dan konsumen membeli produk melalui transaksi elektronik. Hal ini merupakan praktik yang umum dan difasilitasi oleh internet, sehingga memudahkan siapa pun untuk mengakses dan memahami e-commerce. E-commerce melibatkan penggunaan alat komunikasi dan komputer untuk melakukan proses bisnis. Perilaku konsumen merupakan perilaku yang tidak berdampak langsung terhadap kesehatan konsumen dan tidak mengorbankan fungsi atau kebutuhannya. Perilaku ini bermanfaat bagi masyarakat karena memungkinkan masyarakat untuk belajar, mengoperasikan komputer, dan menggunakan internet sebagai alat untuk meningkatkan kesehatannya. Namun hal tersebut juga berdampak negatif pada kehidupan sosial kita, terutama individualisme dan pengaruh budaya dominan.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan penelitian terdahulu, dan jurnal serta artikel dan ebook online

PEMBAHASAN

E-commerce adalah proses bisnis yang menggunakan internet, sistem berbasis komputer, dan browser web untuk menjual dan membeli barang dan jasa. Ini adalah proses bisnis dinamis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. E-commerce menciptakan agen virtual bagi konsumen untuk berinteraksi dengan perusahaan, dan agen ini mungkin berbeda dari operasi bisnis normal di dunia.

E-commerce lebih populer di bisnis B2C (B2C) karena kualitas webnya. "Business-to-consumer adalah jenis e-commerce antara perusahaan dan konsumen akhir" (Jaharudin dkk(2019;153) Bisnis B2C memiliki keunggulan berbeda dengan bisnis B2B, karena konsumen tidak memiliki keterampilan teknologi informasi yang diperlukan. Lingkungan web B2C memerlukan navigasi yang lebih cepat, instruksi yang lebih jelas, dan profil pelanggan yang lebih jelas.

E-commerce telah mengubah cara bisnis beroperasi, dengan World Wide Web menjadi media dominan dalam aktivitas e-commerce. Peningkatan layanan yang diberikan oleh sistem e-commerce akan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian. Konsumen dapat berinteraksi dengan layanan e-commerce melalui tiga agen: browser web, telepon, atau jendela obrolan. Informasi tentang konsumen disimpan dalam database pengguna, dan perusahaan menggunakan informasi ini sebagai database konsumen.

Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap e-commerce :

1. harga yang kompetitif
2. layanan yang cepat dan dapat diandalkan
3. informasi yang luas dan jelas, bonus
4. perhatian pelanggan
5. lingkungan yang kondusif untuk diskusi online.

Dengan menggunakan e-commerce, bisnis dapat mengurangi biaya atau meningkatkan pengiriman

produk atau layanan melalui web, sehingga lebih efisien.

Dampak Positif E-Commerce

1. **Kemudahan Berbelanja:** E-commerce menawarkan kemudahan kepada konsumen dalam berbelanja, memungkinkan konsumen melakukan pembelian kapan saja dan dimana saja, serta menawarkan beragam produk sehingga memberikan lebih banyak pilihan dalam pembelian barang dan jasa.
2. **Efisiensi Biaya:** E-commerce memungkinkan pengusaha untuk menurunkan biaya operasional, memperluas jangkauan pasar mereka, dan menghilangkan kebutuhan akan toko fisik atau inventaris besar.
3. **Kemudahan Berbisnis:** E-commerce telah secara signifikan mengurangi hambatan masuk bagi pengusaha baru, memungkinkan mereka yang memiliki modal terbatas untuk memulai bisnis online dan memanfaatkan platform yang ada.
4. **Globalisasi :** E-commerce memungkinkan bisnis untuk menjual produk secara global, sehingga memperluas potensi pertumbuhan pendapatan mereka dan mengatasi keterbatasan geografis.

Dampak Negatif E-Commerce

1. **Persaingan Sengit:** E-commerce menghadapi kerugian yang signifikan karena persaingan yang ketat, terutama di kalangan usaha kecil dan baru, yang dapat mengakibatkan harga rendah dan berpotensi menciptakan lingkungan bisnis yang tidak sehat.
2. **Kekhawatiran Keamanan:** Meskipun banyak upaya untuk meningkatkan keamanan transaksi online, kekhawatiran tetap ada mengenai kebocoran data dan pencurian identitas di industri e-commerce
3. **Keterbatasan Pengalaman Berbelanja:** E-commerce tidak dapat sepenuhnya menggantikan pengalaman belanja fisik, karena beberapa konsumen lebih memilih interaksi langsung dengan produk sebelum melakukan pembelian.
4. **Dampak Lingkungan:** Pengiriman e-commerce dapat secara signifikan merusak lingkungan, terutama karena emisi gas rumah kaca dari transportasi. Perkembangan E-Commerce sangat bermanfaat secara makro khususnya bagi perekonomian masyarakat,

Manfaat Bagi masyarakat :

1. Masyarakat diuntungkan dengan pergeseran dari perilaku sosial berbasis media ke sosial berbasis bisnis
2. peningkatan rekening tabungan bank
3. perluasan pangsa pasar produk UMKM
4. pertumbuhan layanan pengantaran
5. peluang milenial menjadi pengusaha
6. peningkatan PDB
7. peningkatan penerimaan pajak UMKM
8. peningkatan kecerdasan teknologi baru
9. peningkatan aktivitas perdagangan UMKM baru
10. menekan inflasi
11. peluang masyarakat untuk berbisnis tanpa modal
12. dukungan untuk kegiatan pemasaran produk praktis
13. peningkatan permintaan produk lokal
14. peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Masyarakat Indonesia mengalami pergeseran perilaku online, dengan Shopee memanfaatkan ini untuk memperluas segmen pasar selulernya. Survei Snapcart 2018 mengungkapkan Shopee, Tokopedia, dan

Lazada sebagai platform e-commerce paling efektif di Indonesia. 37% responden menggunakan Shopee untuk belanja online, diikuti oleh Tokopedia (25%). Survei yang dilakukan melalui aplikasi online ini mensurvei 6.123 responden. Ini menyoroti semakin pentingnya aplikasi seluler dalam memfasilitasi transaksi online. Lazada, dengan 20% dari skor pengakuan, adalah pemain terkemuka di era industri 4.0, di mana teknologi semakin banyak digunakan di berbagai bidang, mengubah gaya hidup masyarakat dari pemikiran tradisional ke pemikiran yang lebih maju. Shopee dan Tokopedia mengikuti di belakang dengan skor masing-masing 80 dan 78. Shopee adalah aplikasi belanja online di Indonesia yang menawarkan berbagai media penjualan produk, yang memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk fashion dan peralatan rumah tangga. Ini menjadi aplikasi belanja online pertama di Indonesia, memungkinkan pengguna untuk menjelajahi, berbelanja, dan menjual berbagai produk. Komitmen utama Shopee meliputi garansi Shopee, biaya pengiriman gratis, dan jaminan harga terendah. Jaminan Shopee membangun kredibilitas di mata pelanggan, dan ketika seorang pembeli menemukan produk yang lebih mahal dari yang dibeli, Shopee mengimbangi dengan kupon pembelian bernilai dua kali perbedaan harga.

Namun, Shopee memiliki beberapa kekurangan, seperti proses pembeli-penjual yang rumit, deskripsi produk yang buruk, transfer pembayaran yang panjang, dan kesulitan mengunggah KTP dan nomor foto debit. Aplikasi ini juga menawarkan fitur seperti Shopeepay dan ShopeePay Later, yang membuatnya lebih mudah bagi konsumen untuk melakukan transaksi, seperti membeli pulsa, token listrik, dan belanja kebutuhan rumah tangga.

Shopee Pay Later adalah teknologi keuangan inovatif atau fitur Fintech yang menawarkan metode pembayaran tanpa kartu kredit selama periode 1 hingga 12 bulan. Bank biasanya menentukan tanggal kedaluwarsa untuk aplikasi kredit. Terlepas dari tantangan ini, Shopee terus berkembang pesat di Indonesia. Shopee adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk memilih tanggal kedaluwarsa untuk pesanan mereka, yang mengarah ke gaya hidup yang lebih boros. E-commerce, atau perdagangan elektronik, adalah transaksi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik, termasuk internet. Pasar adalah contoh model bisnis, menghubungkan pembeli dengan penjual. Untuk menjadi pebisnis e-commerce, penting untuk mempelajari kiat-kiat menjadi salesman yang cerdas (smart-seller). Ini akan membantu konsumen menavigasi gaya hidup boros dan berhasil dalam industri e-commerce.

Untuk menjadi penjual yang cerdas :

1. aktif di media sosial
2. gunakan platform marketplace untuk meningkatkan penjualan
3. utamakan kepuasan pelanggan
4. menawarkan pengiriman di hari yang sama untuk kebutuhan cepat
5. menjual produk yang menarik bagi banyak konsumen
6. menjaga kualitas produk.

KESIMPULAN

E-commerce adalah penjualan barang atau jasa melalui internet, yang melibatkan transaksi antara perusahaan, konsumen, dan masyarakat. Ini memiliki dampak positif seperti kemudahan berbelanja, efisiensi biaya, dan globalisasi, tetapi juga memiliki dampak negatif seperti persaingan, masalah keamanan, pengalaman berbelanja yang terbatas, dan dampak lingkungan. Perkembangan e-commerce menawarkan manfaat ekonomi makro, seperti perubahan perilaku sosial, pertumbuhan layanan

pengiriman, dan peluang bagi milenial untuk menjadi pengusaha muda. Platform seperti Shopee menawarkan layanan seperti garansi, biaya pengiriman gratis, dan jaminan harga terendah, tetapi juga memiliki kekurangan seperti pembayaran terpisah untuk pembeli dan penjual dan deskripsi produk yang kurang menarik. Secara keseluruhan, e-commerce membawa perubahan dalam perilaku konsumen dan pendapatan, sementara juga mempengaruhi perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Zuhria Nurul 'Ainy.2020. Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon

Gita & Kasful.2021. Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Tokopedia Pada Masyarakat Kota Jambi

Rony Edward utama,Nur Asni Gani, Jaharudin, Andy Priharta, (2019), Manajemen Operasi, Jakarta, Indonesi, ISBN:978-602-0798-33-2

<https://fe.unars.ac.id/index.php/2017/11/02/manfaat-e-commerce-bagi-masyarakat/>

<https://www.youngontop.com/dampak-positif-dan-negatif-e-commerce/>