

Adopsi E-Commerce dari Usaha Kecil dan Menengah Selama Pandemi COVID-19

Rayyan Aqila Praditya

Email: rayyanaqilapraditya@gmail.com

Abstrak

COVID-19 telah menyebar ke seluruh dunia dalam dua tahun terakhir, mengurung orang di rumah mereka dan menutup bisnis dan pasar. Dunia saat ini sedang mengalami krisis ekonomi dan sosial yang dahsyat. Untuk memberi manfaat bagi orang dan untuk melindungi mereka, industri menciptakan produk baru. Produk-produk ini dibuat oleh usaha kecil dan menengah di seluruh dunia. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap adopsi E-commerce melalui strategi inovasi terbuka dan hasil review menunjukkan bahwa persepsi kompatibilitas dan kompleksitas memiliki pengaruh positif terhadap adopsi E-commerce. Dalam keadaan normal, bagaimanapun, model inovasi terbuka adalah layak. Berbagi pengetahuan dan pengalaman dan sikap manajemen memiliki dampak moderat pada adopsi E-commerce. Hasil ini bermanfaat bagi para peneliti dan pengelola UKM mengatasi tantangan pandemi COVID-19 dan meningkatkan jumlah tenaga terampil yang dipekerjakan. Studi ini menyarankan bahwa UKM harus mempekerjakan pekerja terampil untuk meningkatkan sistem mereka.

Kata kunci: Adopsi E-commerce, UKM, Inovasi Terbuka, Pandemi COVID-19

1. Pendahuluan

Dampak dari pandemi coronavirus adalah jangka panjang pada pengembangan dan pertumbuhan E-commerce. Dampak ini bisa positif atau negatif dalam hal adopsi E-commerce bagi usaha kecil yang kurang tertarik untuk mengadopsinya. Masyarakat umum menganggap E-commerce atau e-business hanya sebagai bentuk jual beli produk dan jasa secara online. E-commerce memiliki keragaman perkembangan di dalamnya, dan keragamannya dari sistem ke proses. Tiga bentuk E-commerce atau e-business adalah business-to-consumer selling (B2C), yang lain adalah business-to-business selling (B2B), dan jenis ketiga adalah bisnis Government selling (B2G). (Schneider et al., 2010). Banyak jenis e-bisnis telah diperkenalkan ke pasar ekonomi yang sedang berkembang. Dengan berlalunya hari, fasilitas Internet menjangkau semua orang. Di daerah di mana akses ke internet tidak memungkinkan beberapa tahun yang lalu, memiliki akses ke teknologi 3G dan 4G. Di beberapa negara, kemajuan E-commerce lambat, dan tidak dapat bersaing dengan negara lain di dunia. UKM ini menjual produk yang meliputi masker, sanitiser, dan produk keamanan lainnya. Namun, tanpa mengadopsi E-commerce, UKM tidak dapat bersaing dengan tren dan kebutuhan modern.

Adopsi e-commerce, khususnya penerapan TIK dalam proses bisnis, dapat menghubungkan kemajuan sosial dan ekonomi antara UKM dan pelanggannya untuk meningkatkan potensi kelangsungan bisnis UKM. Ada kebutuhan untuk menerapkan proses yang mudah digunakan untuk belanja online dengan sangat penting untuk 'kepuasan pelanggan. Perkembangan teknologi informasi (TI) telah mendorong perubahan di berbagai bidang, salah satunya dalam bidang pemasaran. Penggunaan IT dalam pemasaran tidak akan lepas dari Internet, dimana saat ini telah muncul layanan e-commerce yang memungkinkan pelaku bisnis melakukan transaksi tatap muka dengan menghilangkan hambatan terkait jarak dalam berinteraksi dengan pelanggan. E-commerce

telah menjadi aspek penting dari industri dalam skala global. E-commerce adalah akibat langsung dari IT (teknologi informasi), dan membutuhkan IT setiap saat. Penggunaan teknologi informasi juga meningkat di negara-negara berkembang

2. Diskusi

Artikel ini untuk mengetahui pengaruh epidemi COVID-19 terhadap adopsi E-commerce menggunakan teknik inovatif. Inovasi terbuka, yang terlihat memiliki dampak signifikan pada adopsi E-commerce, memainkan peran mediasi. Studi ini menunjukkan bahwa bagian hipotesis tidak mendukung keuntungan relatif yang dirasakan. Keuntungan relatif—sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik daripada ide yang digantikannya. Semakin tinggi keunggulan relatif yang dirasakan, semakin besar kemungkinan inovasi akan diadopsi. Mayoritas usaha kecil dan menengah telah menerapkan E-commerce; namun, banyak bisnis ragu untuk meningkatkan sistem bisnis mereka. Strategi inovasi terbuka merupakan faktor utama dalam penelitian ini. Inovasi terbuka telah ditemukan memiliki dampak negatif yang signifikan pada proses adopsi. Strategi inovasi terbuka memiliki pengaruh langsung terhadap adopsi E-commerce. Di masa pandemi COVID-19, industri tertarik pada inovasi terbuka, siap berbagi informasi dan pengetahuan dengan organisasi lain. Platform digital yang diperkenalkan oleh pemerintah dalam penguncian COVID-19 dan pencabutan pajak dan bea berdampak positif pada beberapa sektor. Pemerintah mendukung dan memfasilitasi karyawan dengan memberikan pinjaman.

3. Kesimpulan

Ketika produk atau ide baru masuk ke pasar, keunggulan relatif adalah hal pertama yang harus dipertimbangkan. Selama pandemi, seluruh fokus bergeser ke 'kelangsungan hidup bisnis'. Hasil menunjukkan bahwa kompatibilitas yang dirasakan memiliki dampak positif pada E-commerce di COVID-19. Hasil serupa telah diamati dalam penelitian sebelumnya. Alasan di balik ini adalah bahwa jika terjadi pandemi, konsumen sangat menghargai kompatibilitas. Ini mengungkapkan bahwa kompleksitas yang dirasakan tetap tinggi, dan kompleksitas itu berdampak besar pada adopsi E-commerce, seperti yang ditunjukkan dalam hasil. Karena produsen memiliki sedikit waktu untuk memasarkan suatu produk atau menyajikannya sebagai edisi kedua dari produk sebelumnya, keunggulan relatif telah kehilangan nilainya. Untuk memimpin para pekerja dalam situasi baru, manajemen harus mengadopsi tren baru. Manajemen mengambil keputusan harian untuk menyediakan 'produk sesuai permintaan'. Adopsi E-commerce dibantu oleh strategi inovasi terbuka, yang memiliki dampak positif yang signifikan—studi serupa sampai pada kesimpulan yang sama. Berbagi pengetahuan dan pengalaman memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap adopsi E-commerce; itu juga sangat berdampak pada inovasi terbuka.

Daftar Pustaka

1. Asbari, M., Nurhayati, W., & Purwanto, A. (2019). Pengaruh Parenting style dan Personality Genetic Terhadap Pengembangan Karakter Anak di Paud Islamic School. *JURNAL AUDI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Anak dan Media Informasi PAUD*, 4(2), 148-163.
2. Azizaha, Y. N., Rijal, M. K., Romainur, U. N. R., Pranajayae, S. A., Ngiuf, Z., Mufidg, A., ... & Maui, D. H. (2020). Transformational or transactional leadership style: which affects work satisfaction and performance of Islamic University

- Lecturers during COVID-19 pandemic. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(7), 577-588.
3. Fayzhall, M., Purwanto, A., Asbari, M., Goestjahjanti, F. S., Winanti, W., Yuwono, T., ... & Suryani, P. (2020). Transformational versus Transactional Leadership: Manakah yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Guru?. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 256-275.
 4. Purwanti, Y. (2021). The Influence Of Digital Marketing & Inovasion On The School Performance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(7), 118-127.
 5. Purwanto, A., Asbari, M., & Hadi, A. H. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Tansformational, Authentic, Authoritarian, Transactional Terhadap Kinerja Guru Pesantren di Tangerang. *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu dan Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 85-110.
 6. Purwanto, A., Purba, J. T., Bernarto, I., & Sijabat, R. (2021). Pengaruh Servant, Digital dan Green leadership Terhadap Kinerja Industri Manufaktur Melalui Mediasi Komitmen Organisasi. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 1-13.
 7. Putra, A. S., Waruwu, H., Asbari, M., Novitasari, D., & Purwanto, A. (2020). Leadership in the Innovation Era: Transactional or Transformational Style?. *International Journal of Social and Management Studies*, 1(1), 89-94.
 8. Purwanto, A., Purba, J. T., Bernarto, I., & Sijabat, R. (2021). Peran Organizational Citizenship Behavior (OCB), Transformational and Digital Leadership Terhadap Kinerja Melalui Mediasi Komitmen Organisasi Pada Family Business. *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 4(3), 256-272.
 9. Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Review Sosial dan Manajemen: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Medium. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(4), 43-53.
 10. Purwanto, A., Fahlevi, M., Maharani, S., Muharom, F., Setyaningsih, W., Faidi, A., ... & Bernarto, I. (2020). Indonesian DOCTORAL Students ARTICLE Publication Barriers in International High Impact Journals: A Mixed METHODS RESEARCH. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(7).
 11. Sanusi, S., Arum, M., Wandu, D., Rahmat, A., Haerani, A., Dasmaran, V., ... & Purwanto, A. (2020). Develop leadership style model for indonesian SMEs leaders during Covid-19 pandemic. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 576-586.
 12. Sopa, A., Asbari, M., Purwanto, A., Santoso, P. B., Mustofa, D. H., Maesaroh, S., & Primahendra, R. (2020). Hard skills versus soft skills: which are more important for Indonesian employees innovation capability. *International Journal of Control and Automation*, 13(2), 156-175.
 13. Wibowo, T. S., Badi'ati, A. Q., Annisa, A. A., Wahab, M. K. A., Jamaludin, M. R., Rozikan, M., ... & Muhaini, A. (2020). Effect of hard skills, soft skills, organizational learning and innovation capability on Islamic university lecturers' performance. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(7), 556-569.

14. Yanthy, E., Purwanto, A., Pramono, R., Cahyono, Y., & Asbari, M. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional dan Tranksaksional Terhadap Kinerja Sistem Jaminan Halal HAS 23000. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(1), 131-153.
15. Yuliantoro, N., Goeltom, V., Juliana, I. B., Pramono, R., & Purwanto, A. (2019). Repurchase intention and word of mouth factors in the millennial generation against various brands of Boba drinks during the Covid 19 pandemic. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(2), 1-11.
16. Purwanto, A., Novitasari, D., & Asbari, M. (2022). Tourist Satisfaction and Performance of Tourism Industries : How The Role of Innovative Work Behaviour, Organizational Citizenship Behaviour?. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(1), 1 - 12. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i1.246>
17. Muliati, L. ., Asbari, M., Nadeak, M., Novitasari, D., & Purwanto, A. (2022). Elementary School Teachers Performance: How The Role of Transformational Leadership, Competency, and Self-Efficacy?. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(1), 158–166. <https://doi.org/10.5555/ijosmas.v3i1.97>
18. Purwanto, A. (2022). The Role of Digital Leadership, e-loyalty , e-service Quality and e-satisfaction of Indonesian E-commerce Online Shop. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(5), 51–57. <https://doi.org/10.5555/ijosmas.v3i5.180>
19. Purwanto, A. (2022). The Role of Transformational Leadership and Organizational Citizenship Behavior on SMEs Employee Performance. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(5), 39 - 45. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i5.318>
20. Purwanto, A., Novitasari, D., & Asbari, M. (2022). The Role of Leadership, Teaching Factory (TEFA) Program, Competence of Creative Products and Entrepreneurship On Entrepreneurial Interest of the Vocational School Students . *International Journal of Social and Management Studies*, 3(5), 58–64. <https://doi.org/10.5555/ijosmas.v3i5.185>
21. Purwanto, A. (2022). How The Role of Digital Marketing and Brand Image on Food Product Purchase Decisions? An Empirical Study on Indonesian SMEs in the Digital Era. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(6), 34-41. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v3i6.323>
22. Purwanto, A. (2022). WHAT IS THE ROLE OF CUSTOMER BEHAVIOR FOR ELECTRONIC E-COMMERCE AND MODERN MARKET VISIT INTENTION ?. *Journal of Information Systems and Management (JISMA)*, 1(6), 46–57. <https://doi.org/10.4444/jisma.v1i6.226>
23. Purwanto, A., J. T. Purba, I. Bernarto, and R. Sijabat. 2021. Effect of Management Innovation, Transformational leadership and knowledge sharing on Market Performance of Indonesian Consumer Goods Company. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 19(2), 424–434. Malang: Universitas Brawijaya. <http://dx.doi.org/10.21776/ub.jam.2021.019.02.18>.
24. TanJ. D., PurbaJ. T., AsbariM., & PurwantoA. (2022). Towards Longevity: Managing Innovativeness in Family Micro-Small-Medium Enterprises. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE)*, 8(1), 70. <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.1.70>

25. Innocentius Bernarto, Agus Purwanto, Ronnie Resdianto Masman.(2022).The Effect of Perceived Risk, Brand Image and Perceived Price Fairness on Customer Satisfaction.Jurnal Manajemen/Volume XXVI, No. 01, February 2022: 35-50DOI: <http://dx.doi.org/10.24912/jm.v26i1.833>