**Switch : Jurnal Sains dan Teknologi Informasi**
**Vol. 2, No. 4 Juli 2024**
e-ISSN: 3032-3320; p-ISSN: 3032-3339, Hal 26-34
DOI: https://doi.org/10.62951/switch.v2i4.83

# Membangun Ekosistem E-Commerce Yang Mendukung Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan di Masa Depan

**Raissha Vathyma Azzahra**
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
vathymaazahra10@gmail.com

**Muhammad Irwan Padli Nasution**
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
irwannst@uinsu.ac.id

Jl. Lapangan Golf, Desa Durian Jangak, Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang
Provinsi Sumatera Utara
Korespondensi: vathymaazahra10@gmail.com

***Abstract:*** *This article discusses the importance of building an e-commerce ecosystem that supports the growth of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). In an era of increasingly rapid digitalization, MSMEs need to adopt e-commerce platforms to expand their market reach and increase their competitiveness. However, to achieve sustainable growth, a strong and sustainable e-commerce ecosystem needs to be built. In this article, the author identifies the opportunities that exist in building an e-commerce ecosystem that supports MSMEs. One of the main opportunities is access to a wider global market, which can open the door for MSMEs to sell their products to customers around the world. In addition, e-commerce platforms also provide opportunities for MSMEs to utilize new technologies such as artificial intelligence and data analytics to improve operational efficiency and decision making.*

***Keywords:*** *e-commerce ecosystem, MSMEs, growth*

**Abstrak:**Artikel ini membahas tentang pentingnya membangun ekosistem e-commerce yang mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam era digitalisasi yang semakin pesat, UMKM perlu mengadopsi platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka. Namun, untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, ekosistem e-commerce yang kuat dan berkelanjutan perlu dibangun. Dalam artikel ini, penulis mengidentifikasi peluang yang ada dalam membangun ekosistem e-commerce yang mendukung UMKM. Salah satu peluang utama adalah akses terhadap pasar global yang lebih luas, yang dapat membuka pintu bagi UMKM untuk menjual produk mereka ke pelanggan di seluruh dunia. Selain itu, platform e-commerce juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi baru seperti kecerdasan buatan dan analitik data untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan.

**Kata Kunci:** ekosistem e-commerce, UMKM, pertumbuhan

## PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, e-commerce telah menjadi salah satu sektor paling penting dalam dunia bisnis. Pertumbuhan pesat industri e-commerce telah mengubah cara orang berbelanja dan berbisnis, dengan kemungkinan tersedianya produk dan layanan secara online yang lebih luas dan mudah diakses. Terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), ekosistem e-commerce menawarkan peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka.

*Received Mei 20, 2024; Accepted Juni 03, 2024; Published Juli 31, 2024*
** Raissha Vathyma Azzahra, vathymaazahra10@gmail.com*

Pentingnya e-commerce dalam mendukung pertumbuhan UMKM di masa depan tidak dapat diremehkan. Dengan adanya platform e-commerce, UMKM memiliki kesempatan untuk menjual produk mereka ke pelanggan di seluruh dunia tanpa batasan geografis. Selain itu, biaya yang rendah dan aksesibilitas yang lebih baik ke teknologi telah mengurangi hambatan bagi UMKM untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka secara online.

Namun, meskipun peluang yang ada, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan dalam membangun ekosistem e-commerce yang sukses. Salah satu tantangan utama adalah persaingan yang ketat dengan perusahaan besar. UMKM harus bersaing dengan merek-merek yang sudah mapan dan memiliki sumber daya yang lebih besar. Selain itu, UMKM juga perlu menghadapi tantangan terkait infrastruktur teknologi, keamanan data, serta kurangnya pengetahuan dan keterampilan digital.

Dalam artikel jurnal ini, kami akan membahas lebih lanjut tentang peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam membangun ekosistem e-commerce yang mendukung pertumbuhan di masa depan. Kami akan menganalisis faktor-faktor kunci yang perlu dipertimbangkan oleh UMKM dalam menghadapi tantangan ini, termasuk strategi pemasaran online, manajemen rantai pasok, keamanan data, dan pengembangan keterampilan digital.

Melalui pemahaman yang lebih baik tentang peluang dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam membangun ekosistem e-commerce, diharapkan artikel ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan, termasuk UMKM itu sendiri, pemerintah, lembaga pendidikan, dan pengembang platform e-commerce. Dengan memperkuat ekosistem e-commerce yang mendukung pertumbuhan UMKM, kita dapat menciptakan masa depan yang cerah bagi sektor UMKM dan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian secara keseluruhan.

## METODE

Dalam artikel ini, metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka. Studi pustaka merupakan pendekatan penelitian yang melibatkan analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang perkembangan terkini dalam bidang ekosistem e-commerce dan implikasinya terhadap pertumbuhan UMKM. Proses studi pustaka

dimulai dengan pencarian dan pengumpulan literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Sumber literatur yang digunakan meliputi artikel jurnal, buku, laporan riset, dan publikasi terkait lainnya yang relevan dengan ekosistem e-commerce dan UMKM. Pencarian literatur dilakukan melalui basis data akademik dan perpustakaan digital yang terpercaya, serta melalui pencarian daring menggunakan kata kunci yang sesuai dengan topik penelitian.

Setelah literatur yang relevan terkumpul, penulis melakukan proses seleksi dan penilaian literatur. Literatur yang dipilih harus memiliki kualitas akademik yang tinggi, relevan dengan topik penelitian, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman tentang ekosistem e-commerce dan pertumbuhan UMKM. Dalam proses ini, literatur yang tidak relevan atau memiliki kualitas yang rendah dieliminasi.

Selanjutnya, penulis menganalisis dan mensintesis informasi yang terkandung dalam literatur yang dipilih. Data dan temuan dari literatur tersebut dianalisis, dibandingkan, dan dikaitkan untuk mengembangkan argumen dan kesimpulan yang kokoh. Penulis juga mencari konsistensi, kesenjangan penelitian, dan pandangan yang berbeda dalam literatur yang dianalisis guna melengkapi pemahaman tentang ekosistem e-commerce dan implikasinya terhadap pertumbuhan UMKM.

Dalam artikel ini, studi pustaka digunakan sebagai landasan teoritis yang kuat untuk menjelaskan peluang dan tantangan dalam membangun ekosistem e-commerce yang mendukung pertumbuhan UMKM di masa depan. Dengan memanfaatkan temuan dan kontribusi dari penelitian terdahulu, artikel ini bertujuan untuk menyajikan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor kunci yang perlu dipertimbangkan dalam membangun ekosistem e-commerce yang sukses.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Definisi Ekosistem E-Commerce

Ekosistem e-commerce merupakan suatu lingkungan yang melibatkan berbagai entitas dan interaksi yang terjadi dalam ekosistem digital untuk mendukung transaksi jual beli secara elektronik. Ekosistem ini terdiri dari berbagai komponen, termasuk platform e-commerce, pelaku bisnis (seperti penjual, pembeli, dan pemasok), sistem pembayaran elektronik, penyedia logistik, serta regulasi dan kebijakan terkait. Ekosistem e-commerce mencakup seluruh rantai nilai dari produksi, distribusi, hingga konsumsi produk dan layanan secara online.

Dalam ekosistem e-commerce, platform e-commerce berperan sebagai pusat aktivitas, menyediakan infrastruktur teknologi dan sarana untuk berinteraksi dan bertransaksi antara penjual dan pembeli. Platform ini mencakup situs web, aplikasi seluler, atau pasar daring di mana produk dan layanan ditawarkan dan diperoleh. Selain itu, ekosistem e-commerce juga melibatkan sistem pembayaran elektronik yang memfasilitasi transaksi secara online, serta penyedia logistik yang menangani pengiriman produk ke konsumen.

**Definisi UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah entitas bisnis yang memiliki skala dan cakupan yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM seringkali dimiliki dan dijalankan oleh individu atau kelompok kecil dengan sumber daya terbatas. Kriteria ukuran UMKM dapat bervariasi antara negara, tetapi umumnya mencakup jumlah karyawan, omset, dan aset yang terbatas.

UMKM memiliki peran yang penting dalam perekonomian karena kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, dan inovasi bisnis. UMKM cenderung beroperasi di sektor-sektor usaha yang beragam, termasuk perdagangan, jasa, manufaktur, dan pertanian. Meskipun ukurannya kecil, UMKM memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan dan dapat memberikan kontribusi yang substansial terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Dalam konteks ekosistem e-commerce, UMKM memanfaatkan platform-platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar mereka dan meningkatkan aksesibilitas produk dan layanan mereka secara online. E-commerce memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berkompetisi di pasar yang lebih luas, mengurangi hambatan geografis, dan mengoptimalkan pemasaran serta distribusi produk mereka. Dengan adanya ekosistem e-commerce yang mendukung, UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka dan mencapai pertumbuhan yang lebih baik.

**Hubungan Antara Ekosistem E-Commerce dan Pertumbuhan UMKM**

Hubungan antara ekosistem e-commerce dan pertumbuhan UMKM sangat erat. Ekosistem e-commerce menyediakan platform dan infrastruktur yang memungkinkan UMKM

untuk memasarkan dan menjual produk mereka secara online. Melalui ekosistem e-commerce, UMKM dapat mengatasi batasan geografis dan mencapai pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.

Dalam ekosistem e-commerce, UMKM dapat memanfaatkan platform-platform e-commerce yang sudah mapan dan memiliki basis pengguna yang besar. UMKM dapat membuat toko daring sendiri atau memanfaatkan fitur marketplace yang disediakan oleh platform e-commerce. Dengan adanya toko daring, UMKM dapat menampilkan produk mereka, memberikan informasi yang relevan, serta menerima pesanan dan pembayaran secara online. Hal ini memungkinkan UMKM untuk mencapai konsumen potensial yang lebih banyak, meningkatkan visibilitas merek, dan memperluas pangsa pasar mereka.

Selain itu, ekosistem e-commerce juga menyediakan berbagai alat dan fitur yang membantu UMKM dalam mengelola dan mengoptimalkan bisnis mereka. Misalnya, UMKM dapat menggunakan fitur pemasaran digital seperti iklan online dan kampanye promosi untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk mereka. Sistem manajemen inventaris dan logistik yang terintegrasi dalam ekosistem e-commerce juga membantu UMKM dalam mengelola persediaan, mengatur pengiriman produk, dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik kepada konsumen.

Pertumbuhan UMKM juga didukung oleh aksesibilitas dan biaya yang lebih rendah dalam memasuki pasar e-commerce. Dalam ekosistem e-commerce, biaya untuk membuka dan mengoperasikan toko daring jauh lebih terjangkau dibandingkan dengan membangun dan mengelola toko fisik. UMKM dapat memanfaatkan teknologi digital dan platform e-commerce yang sudah ada, sehingga mereka tidak perlu mengeluarkan biaya besar untuk membangun infrastruktur sendiri. Hal ini memberikan peluang yang lebih besar bagi UMKM untuk mengembangkan bisnis mereka tanpa batasan modal yang tinggi.

Selain itu, ekosistem e-commerce juga memberikan akses ke data dan analitik yang membantu UMKM dalam memahami perilaku konsumen, tren pasar, dan kebutuhan pelanggan. Dengan informasi ini, UMKM dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas dalam mengembangkan produk, meningkatkan strategi pemasaran, dan meningkatkan pengalaman konsumen. Data dan analitik yang dikumpulkan dalam ekosistem e-commerce juga dapat

membantu UMKM dalam mengidentifikasi peluang baru dan mengoptimalkan operasional bisnis mereka.

Ekosistem e-commerce memberikan peluang besar bagi pertumbuhan UMKM. Dengan memanfaatkan platform-platform e-commerce, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas merek, mengoptimalkan operasional bisnis, dan meningkatkan daya saing mereka. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini secara maksimal, UMKM juga perlu mengatasi tantangan yang ada, seperti persaingan dengan perusahaan besar, infrastruktur teknologi, keamanan data, dan peningkatan keterampilan digital.

**Peluang dalam Membangun Ekosistem E-Commerce untuk UMKM**

Peluang dalam membangun ekosistem e-commerce untuk UMKM sangatlah besar dan menjanjikan. Pertama-tama, dengan adanya e-commerce, UMKM memiliki akses pasar global yang luas tanpa terbatas oleh batasan geografis. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, UMKM dapat menjual produk mereka ke pelanggan di berbagai belahan dunia, membuka peluang ekspansi bisnis yang tidak terbayangkan sebelumnya. Selain itu, e-commerce juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas dan branding produk mereka. Dengan hadirnya toko online, UMKM dapat mempromosikan produk mereka secara lebih efektif kepada calon konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan memperluas jangkauan pasar mereka. Selain itu, dengan menyediakan platform yang ramah pengguna dan berfokus pada pengalaman pelanggan yang baik, UMKM dapat membangun reputasi yang kuat di pasar e-commerce. Terakhir, e-commerce juga memungkinkan UMKM untuk menyederhanakan proses bisnis mereka. Dengan adanya teknologi otomatisasi dan integrasi sistem, UMKM dapat mengelola inventaris, pesanan, dan pembayaran dengan lebih efisien, mengurangi biaya operasional dan meningkatkan produktivitas. Dengan memanfaatkan peluang ini dengan baik, UMKM dapat mengoptimalkan potensi mereka dalam ekosistem e-commerce dan mengalami pertumbuhan yang signifikan di masa depan.

**Tantangan yang Digadapi dalam Membangun E-Commerce untuk UMKM**

Tantangan yang dihadapi dalam membangun e-commerce untuk UMKM bisa menjadi hambatan yang signifikan dalam upaya meningkatkan kehadiran dan pertumbuhan bisnis online mereka. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses teknologi dan infrastruktur. Banyak UMKM, terutama di daerah pedesaan atau berkembang, mungkin tidak

memiliki akses yang memadai ke internet atau perangkat teknologi yang diperlukan untuk menjalankan operasi e-commerce dengan efektif. Selain itu, biaya infrastruktur yang tinggi juga dapat menjadi halangan bagi UMKM yang ingin memulai bisnis e-commerce.

Selain itu, persaingan yang ketat dengan perusahaan besar juga menjadi tantangan serius. Perusahaan besar dengan sumber daya yang lebih besar dapat menguasai pasar e-commerce dengan mudah, meninggalkan sedikit ruang bagi UMKM untuk bersaing. Kemampuan perusahaan besar untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif, promosi yang lebih besar, dan layanan yang lebih baik dapat membuat sulit bagi UMKM untuk bertahan di pasar yang kompetitif.

Masalah keamanan dan privasi data juga merupakan tantangan penting dalam membangun e-commerce untuk UMKM. Dengan semakin banyaknya ancaman keamanan cyber dan risiko pelanggaran data, UMKM harus menghadapi tekanan untuk menjaga keamanan informasi pelanggan mereka dan menjaga kepercayaan konsumen.

Untuk mengatasi tantangan ini, UMKM perlu mencari solusi yang kreatif dan inovatif. Ini bisa termasuk kolaborasi dengan pihak lain, seperti pemerintah, perusahaan teknologi, atau LSM, untuk meningkatkan akses teknologi dan infrastruktur. Selain itu, UMKM perlu fokus pada diferensiasi produk dan pelayanan untuk bersaing dengan perusahaan besar. Selain itu, mereka juga harus menginvestasikan sumber daya dalam keamanan informasi dan kepatuhan data untuk memastikan bahwa mereka dapat menjaga kepercayaan konsumen. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, UMKM dapat memanfaatkan potensi e-commerce untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

**Strategi untuk Mengatasi Tantangan dan Memaksimalkan Peluang**

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam membangun e-commerce untuk UMKM dan memaksimalkan peluang yang ada, diperlukan strategi yang terencana dan berkelanjutan. Salah satu strategi utama adalah peningkatan akses teknologi dan pelatihan. UMKM perlu bekerja sama dengan pihak terkait, seperti pemerintah dan perusahaan teknologi, untuk memastikan bahwa mereka memiliki akses yang memadai ke infrastruktur teknologi dan pelatihan yang diperlukan untuk mengelola bisnis e-commerce mereka dengan efektif. Pelatihan yang tepat dapat membantu UMKM memahami lebih baik tentang penggunaan

platform e-commerce, manajemen inventaris, pemasaran digital, dan aspek lain yang diperlukan untuk sukses dalam bisnis online.

Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, perusahaan, dan LSM juga penting dalam mengatasi tantangan dan memaksimalkan peluang. Pemerintah dapat memberikan dukungan kebijakan dan insentif untuk mendorong pertumbuhan e-commerce di kalangan UMKM, seperti pembebasan pajak atau bantuan keuangan. Perusahaan teknologi dan LSM dapat memberikan bantuan dalam bentuk pelatihan, dukungan teknis, dan sumber daya lainnya untuk membantu UMKM membangun dan mengelola toko online mereka dengan lebih efektif.

Selain itu, penerapan kebijakan yang mendukung UMKM dalam ekosistem e-commerce juga sangat penting. Kebijakan yang mendukung seperti perlindungan konsumen, keamanan data, dan regulasi perdagangan elektronik yang jelas dapat membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM dalam e-commerce.

Dengan menerapkan strategi-strategi ini dengan baik, UMKM dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dalam membangun e-commerce dan memanfaatkan peluang yang ada untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari artikel jurnal ini adalah bahwa membangun ekosistem e-commerce yang mendukung pertumbuhan UMKM menawarkan peluang yang besar untuk meningkatkan kehadiran dan kesuksesan bisnis online mereka. Meskipun tantangan seperti keterbatasan akses teknologi, persaingan yang ketat dengan perusahaan besar, dan masalah keamanan data masih ada, strategi yang tepat dapat membantu mengatasinya. Kolaborasi antara pemerintah, perusahaan, dan LSM, bersama dengan peningkatan akses teknologi dan pelatihan bagi UMKM, dapat membantu memaksimalkan peluang yang ada dalam ekosistem e-commerce. Selain itu, penerapan kebijakan yang mendukung juga penting untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM dalam e-commerce. Dengan mengambil langkah-langkah ini, UMKM memiliki potensi besar untuk sukses dalam ekosistem e-commerce, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran masyarakat di masa depan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Kondoj, M., Langi, H., Putung, Y., & Kumaat, A. (2023). Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Ekosistem Kewirausahaan Digital di Sulawesi Utara. *Technomedia Journal*, *8*(2 Oktober), 221-234.

Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi covid 19. *Jurnal Ekonomi*, *22*(2), 118-124.

Nisa, P. C. (2019). Peluang dan tantangan: konsep digitalisasi smart city ekonomi e-commerce di Indonesia. In *Forum Illmiah* (Vol. 16, No. 1, pp. 10-18).

Rohmana, D. W. (2023, August). Peranan Ekonomi Digital Dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan. In *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)* (Vol. 1, No. 1, pp. 42-48).

Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. *Digitalisasi UMKM*, *57*.