

ANALISIS TINGKAT PENGGUNAAN TEKNOLOGI DALAM AKTIVITAS JUAL BELI DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI E-COMMERCE

¹Nurfadillah Najwa Faraidin, ²Muhammad Irwan Padli Nasution, ³Sri Suci Ayu Sundari

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Bisnis

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail : ¹nurfadillahnajwa21@gmail.com ²irwannst@uinsu.ac.id ³sucisundari@uinsu.ac.id

Abstract

Information system is a system created by humans in which there are hardware and software, the components of which are computer-based which are made to collect data, store data, and manage data. Information systems are very useful for a country and companies, especially large companies. which makes it very easy for them to achieve their desired goals. The development of information technology also affects the business world. With the development of information technology, the business world also develops. the development of this information system produces a system that makes it easier for consumers to meet their needs by using e-commerce or electronic commerce. This research provides benefits to us so that we know the level of use of information technology in conducting buying and selling activities through e-commerce applications such as shopee, tokopedia, Bukalapak, and others in this digital era.

keywords : information system, business, technology

Abstrak

Sistem Informasi adalah suatu sistem yang dibuat oleh manusia yang didalamnya terdapat perangkat keras dan perangkat lunak, yang komponennya berbasis komputer yang dibuat guna mengumpulkan data, menyimpan data, dan mengelola data. Sistem informasi sangat berguna bagi suatu negara dan perusahaan terutama perusahaan-perusahaan besar, yang mana ini sangat mempermudah mereka dalam mencapai tujuan yang mereka inginkan. Perkembangan teknologi informasi juga mempengaruhi dunia bisnis, dengan berkembangnya teknologi informasi maka berkembang juga dunia bisnis. Perkembangannya sistem informasi ini menghasilkan suatu sistem yang mempermudah konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan menggunakan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Penelitian ini memberikan manfaat kepada kita agar kita tahu tingkat penggunaan teknologi informasi dalam melakukan kegiatan jual beli melalui aplikasi *e-commerce* seperti *shopee*, *tokopedia*, *bukalapak*, dan lainnya di era digital ini.

kata kunci : sistem informasi, bisnis, teknologi

PENDAHULUAN

Sistem informasi merupakan suatu sistem yang menggabungkan teknologi dan informasi yang di dalamnya terdapat perangkat keras dan perangkat lunak guna untuk menghimpun, menyimpan, dan mengelola data yang di jalankan oleh manusia. Sistem informasi menggabungkan teknologi, orang, dan proses yang terlibat dengan informasi. Bagian dari sistem informasi adalah teknologi informasi.

Kemunculan teknologi informasi di dunia ini memberikan kemudahan bagi suatu negara dalam mencapai tujuan yang mereka inginkan. Selain itu perkembangan teknologi informasi menjadi tolak ukur kemajuan suatu negara. Jika suatu negara memakai teknologi informasi yang terbaru maka suatu negara di sebut mengikuti perkembangan jaman, sedangkan jika suatu negara memakai teknologi yang lawas maka negara itu disebut tidak mengikuti perkembangan jaman yang mengakibatkan keterlambatan dalam memajukan negaranya.

Kemajuan suatu bangsa adalah hasil dari kemajuan teknologi informasi. Salah satunya adalah keuntungan untuk meningkatkan perekonomian bangsa. Perekonomian dapat diarahkan menuju ekonomi digital dengan hadirnya teknologi informasi. Tidak ada pengecualian berlaku untuk bangsa kita. Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi besar untuk pertumbuhan ekonomi digital. Di Indonesia, ekonomi digital dapat memberikan dampak yang baik, namun juga menjadi kendala bagi pemerintah dalam merumuskan undang-undang. Selain perekonomian, dampak positif lainnya adalah dengan adanya teknologi informasi memberi kemudahan bagi suatu negara untuk menjalin ikatan persaudaraan dengan negara lain. Seperti

dengan adanya teknologi informasi ini kita dapat dengan cepat mengetahui kondisi negara-negara yang membutuhkan bantuan kita, dengan adanya teknologi informasi juga kita dapat memberikan bantuan kemanusiaan untuk negara-negara yang membutuhkan. Tak hanya memberikan dampak positif bagi suatu negara, perkembangan teknologi informasi juga memberikan dampak positif bagi individu, masyarakat, organisasi, pendidikan, dan bahkan perusahaan.

Namun, seiring kemajuan teknologi informasi, masalah baru muncul ketika diterapkan secara tidak baik atau tidak tepat. Mirip dengan munculnya kejahatan dunia maya. *Cybercrime* adalah ancaman baru bagi komunitas global yang belum pernah ada sebelumnya. Sejumlah kejahatan online yang berbahaya, seperti *hacking*, *cracking*, *defacing*, *sniffing*, *carding*, *phishing*, *spamming*, dan *scamming*, telah mengakibatkan kerugian nyata bagi banyak pihak. Mengingat keadaan tersebut, maka perlu adanya seperangkat undang-undang yang melindungi penggunaan teknologi informasi, media, dan komunikasi agar dapat berkembang secara optimal, serta aturan yang secara khusus mengatur kejahatan komputer. Pemerintah Indonesia salah satunya, mengesahkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik pada tanggal 21 April 2008. (UU ITE). Secara umum, UU ITE memiliki dua bagian utama, yaitu yang mengatur transaksi elektronik dan yang mengatur perbuatan terlarang (*cybercrime*).

Dengan berkembangnya teknologi informasi suatu perusahaan tidak lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan sekarang cenderung dapat diperoleh berbagai macam

informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Tak hanya itu perkembangan teknologi juga mendorong kemajuan bagi sebuah perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya. Perkembangan teknologi menciptakan suatu alternatif baru dalam kegiatan jual beli dalam mencapai target bisnisnya seperti pemasaran, pelayanan, dan penjualan. Misalnya dalam pemasaran, dengan adanya teknologi sebuah perusahaan dapat melakukan promosi dengan memanfaatkan teknologi yang ada, seperti membuat iklan di tv atau di *social media* dengan memanfaatkan artis, seleb, bahkan *influencer* yang terkenal untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli produk tersebut. Tidak seperti jaman sebelum berkembangnya teknologi, sebuah perusahaan membuat iklan dengan membuat brosur, pamflet, atau baliho, yang mana ini membutuhkan uang yang tidak sedikit dan bahkan menguras tenaga kita. Dengan adanya teknologi informasi kita dapat memberikan layanan bagi konsumen yang terhalangi oleh batas-batas teritorial seperti jarak, transportasi, dan yang lainnya. Dengan adanya teknologi informasi juga sebuah perusahaan dapat melakukan kegiatan jual beli tanpa adanya toko, dan yang terpenting dengan adanya teknologi informasi sebuah perusahaan dapat melakukan jual beli dimana saja dan kapan saja. Hal ini bukan hanya di rasakan oleh perusahaan-perusahaan besar tetapi juga di rasakan manfaatnya bagi UMKM. Salah satu alternatif yang muncul akibat perkembangan teknologi informasi bagi sebuah perusahaan adalah terciptanya sebuah *platform* kegiatan jual beli secara online yang biasa di sebut *e-commerce*.

E-commerce adalah *platform* untuk kegiatan seperti pembelian dan penjualan produk secara *online* yang dilakukan oleh bisnis atau individu melalui perangkat

elektronik seperti komputer dan ponsel sebagai cara untuk melakukan transaksi bisnis. Adanya *e-commerce* memberikan efek positif bagi suatu perusahaan, seperti meningkatkan efisiensi, mengurangi pengeluaran, meningkatkan kontrol barang, memperkuat rantai pasokan, membantu bisnis menjalin hubungan yang lebih kuat dengan klien, dan lain sebagainya. *E-commerce* saat ini memungkinkan pengurangan biaya transportasi, pemasaran, dan operasi serta kemampuan untuk mempertahankan harga, yang akan menghasilkan peningkatan volume penjualan. *E-commerce* adalah konsep yang sangat efektif dan efisien yang dapat menghemat waktu dan tempat. Dengan meningkatnya dukungan internet dan pertumbuhan jaringan dari penyedia yang lebih baik, konsep ini hanya akan menjadi lebih baik. *E-commerce* telah tumbuh secara signifikan sejak awal, terutama di negara berkembang seperti Indonesia maupun di negara industri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk membahas tingkat penggunaan teknologi dalam kegiatan jual beli dengan menggunakan aplikasi *e-commerce*, keuntungan apa saja yang di rasakan serta unsur apa saja yang menjadi hambatannya.

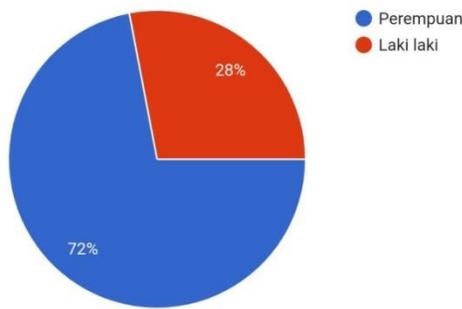
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode gabungan antara metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kualitatif. Melalui pendekatan ini peneliti berusaha memberikan informasi berupa persentase responden yang menggunakan teknologi dalam aktivitas jual beli melalui aplikasi *e-commerce* dan menjelaskan pernyataan dari responden terhadap keuntungan dan hambatan menggunakan teknologi dalam

aktivitas jual beli. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara melalui kuesioner yang disebar menggunakan *google forms*.

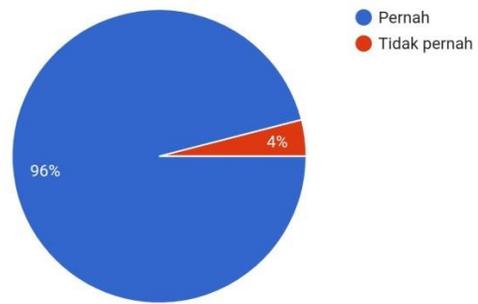
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 20 orang (72%) responden perempuan dan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 5 orang (28%). Hal ini menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak terlibat dalam penelitian ini di bandingkan dengan responden berjenis kelamin laki-laki. Dan selisih nya cukup banyak sekitar 15 orang atau 44% responden.



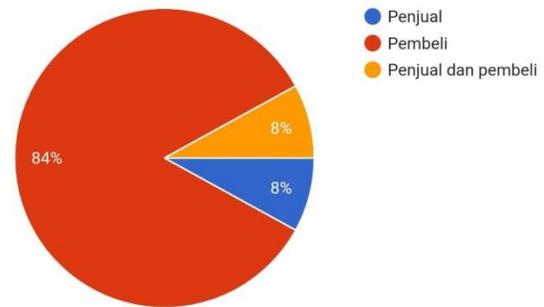
Gambar 1. Jenis Kelamin

Berdasarkan tidak pernahnya responden melakukan jual beli secara *online* hampir seluruh responden pernah melakukan kegiatan tersebut. Sekitar 24 atau 96% responden menjawab pernah melakukan jual beli secara *online* dan hanya 1 atau 4% responden saja yang menjawab tidak pernah melakukan jual beli secara *online*.



Gambar 2. Penggunaan

Berdasarkan pelakunya, terdapat 23 orang atau 84% sebagai pembeli, 2 orang atau 8% sebagai pembeli, dan 2 orang atau 8% sebagai penjual dan pembeli



Gambar 3. Pelaku

Berdasarkan kelompok usia terdapat 2 kelompok usia yang mendominasi penelitian ini. Yaitu pada kelompok usia 19 tahun sebanyak 10 orang atau 44%, dan kelompok usia 20 tahun sebanyak 6 orang atau 24%. Hal ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini di dominasi oleh kelompok usia 19 dan 20 tahun. Pada penelitian ini terdapat kelompok usia lainnya seperti usia 18, 21, 22, 26, 45, dan 47. Namun tidak sebanyak kelompok usia 19 dan 20 tahun,

seperti pada usia 18 tahun terdapat 3 orang responden atau 12% dari seluruh responden. Dan usia 21, 22, 26, 45, dan 47 tahun hanya memiliki 1 respnden tiap usianya atau 4% dari seluruh responden.

NO	Usia	Jumlah	Persentase
1.	18 tahun	3 orang	12%
2.	19 tahun	10 orang	44%
3.	20 tahun	6 orang	24%
4.	21 tahun	1 orang	4%
5.	22 tahun	1 orang	4%
6.	26 tahun	1 orang	4%
7.	45 tahun	1 orang	4%
8.	47 tahun	1 orang	4%
Jumlah		25 orang	100%

Tabel 1. Usia Responden

Menurut data yang saya dapat dari responden terdapat beberapa tahun yang menjadi patokan kegiatan jual beli secara *online* untuk pertama kalinya, yaitu mulai tahun 2015 sampai dengan 2022. Di antara tahun-tahun tersebut terdapat beberapa tahun yang mendominasi yaitu pada tahun 2019, 2020, dan 2021.

NO	Tahun	Jumlah	Persentase
1.	2015	1 orang	4%
2.	2016	1 orang	4%
3.	2017	3 orang	12%
4.	2018	3 orang	12%
5.	2019	5 orang	20%
6.	2020	5 orang	20%
7.	2021	4 orang	16%
8.	2022	2 orang	8%
9.	Tidak valid	1 orang	4%
Jumlah		25 orang	100%

Tabel 2. Tahun

Dalam penggunaan aplikasi *e-commerce*, terdapat beberapa aplikasi yang

di gunakan oleh responden di antaranya *shopee*, *tiktok*, *tokopedia*, *facebook*, *instagram*, dan juga *whatsapp*. Namun di antara beberapa aplikasi ini terdapat satu aplikasi yang mendominasi para responden aplikasi tersebut adalah *shopee*. Sekitar 16 responden menggunakan aplikasi *shopee* dalam melakukan kegiatan jual beli.

NO	Aplikasi	Jumlah	Persentase
1.	Shopee	16 orang	59,2%
2.	Tiktok	2 orang	7,4%
3.	Tokopedia	2 orang	7,4%
4.	Facebook	2 orang	7,4%
5.	Whatsapp	2 orang	7,4%
6.	Instagram	1 orang	3,7%
7.	Lainnya	2 orang	7,4%
Jumlah		25 orang	100%

Tabel 3. Aplikasi

Berdasarkan data yang peneliti dapat terdapat beberapa pernyataan dari para responden mengenai kelebihan dan kekurangan dalam pemakaian aplikasi *e-commerce* ini. Di antaranya kelebihan dan kekurangan yang di rasakan oleh konsumen atau pembeli. Adapun kelebihan adalah ;

- Lebih praktis dalam berbelanja
- Lebih mudah dalam berbelanja
- Produk yang disediakan juga lebih lengkap
- Dapat berbelanja dirumah tanpa harus panas-panasan dan capek-capekan
- Harga produk yang di jual diaplikasi *e-commerce* lebih murah

- Dapat dikerjakan dimana saja dan kapan saja

Selain kelebihan terdapat juga pernyataan dari para responden tentang kekurangan dan kendala menggunakan aplikasi *e-commerce* bagi konsumen atau pembeli. Adapun kekurangan dan kendala tersebut adalah;

- Biaya pengiriman yang relatif mahal
- Prosesnya lama
- Sering terjadi penipuan
- Barang yang sampai tidak sesuai
- Lamanya pengiriman dan pengemasan
- Besarnya ruang penyimpanan aplikasi *e-commerce*

Tak hanya bagi konsumen atau pembeli, kelebihan dan kekurangan menggunakan aplikasi *e-commerce* juga di rasakan oleh penjual dan perusahaan. Hal ini berdasarkan yang saya dapat dari responden yang menjadi pelaku penjual dalam pemakaian aplikasi *e-commerce*. Mereka mengatakan bahwa keuntungan menggunakan aplikasi *e-commerce* dalam menjual produknya adalah ;

- Lebih banyak minat konsumen
- Lebih praktis
- Keuntungan yang di dapatkan juga besar
- Tidak repot-repot menyetok barang
- Tanpa harus adanya toko

Selain itu, terdapat pulak kekurangan dan kendala dalam melakukan kegiatan jual beli dengan menggunakan aplikasi *e-commerce* adalah jaringan yang terganggu, penipuan pembelian produk, dan pengemasan yang ekstra.

Berdasarkan dari data yang saya peroleh sebelum adanya aplikasi *e-commerce* seperti *shopee*, *tokopedia*, *lazada*, *bukalapak*, *tiktok*, dan lainnya, para responden telah melakukan jual beli secara *online* dengan menggunakan *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, bahkan *website*. Karena sebelum kehadiran aplikasi *e-commerce* tersebut *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, dan *website* menjadi tempat terjadinya kegiatan jual beli secara *online*. Namun aplikasi tersebut hanya mampu memasarkan dengan memberikan informasi suatu produk saja, dan terkadang tidak mencantumkan harga, tak sedikit pula penjual yang memasarkan produknya di aplikasi tersebut memberikan penjelasan harga, sehingga ketika kita hendak membeli atau mengetahui harganya kita harus bertanya terlebih dahulu kepada penjualnya melalui chat pribadi, dan dengan aplikasi tersebut kita tidak dapat melihat penilaian konsumen terhadap produk yang jual. Selain itu dengan menggunakan aplikasi seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, dan *website* kita tidak dapat mendeteksi dimana keberadaan produk yang dikirim. Sehingga

hal ini yang menjadikan maraknya penipuan di aplikasi tersebut.

Seiring berkembangnya teknologi informasi di sebuah perusahaan, menciptakan sebuah aplikasi yang dapat digunakan dalam kegiatan perusahaan yaitu pemasaran, penjualan, pembelian, pelayanan, pembayaran dan lainnya. Sehingga terciptanya aplikasi *e-commerce* seperti *shopee*, tokopedia, lazada, bukalapak, tiktok, dan lainnya. Aplikasi aplikasi tersebut memiliki peran yang sama seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, dan *website*. Yaitu memasarkan produk dan memberikan informasi terhadap produk yang di pasarkan. Namun aplikasi *e-commerce* seperti *shopee*, tokopedia, lazada, bukalapak, tiktok dan lainnya memiliki banyak keunggulan. Tak hanya memasarkan produk dan memberikan informasi saja tetapi di aplikasi tersebut tersedianya harga, penilaian dan juga kita dapat melihat keberadaan produk yang dikirim.

KESIMPULAN

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak yang positif bagi sebuah negara. Dengan adanya perkembangan teknologi ini sebuah negara dapat membantu meningkatkan perekonomiannya. Selain memberikan dampak positif bagi negara, dampak positif juga di rasakan bagi perusahaan baik itu perusahaan yang besar atau perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Perkembangan teknologi menciptakan sebuah *platform* kegiatan jual beli secara *online*, yaitu *e-commerce*. *E-commerce* hadir

memberikan kemudahan bagi kita baik sebagai penjual atau pembeli dalam kegiatan jual beli. Seperti *e-commerce* menghadirkan sebuah aplikasi jual beli, dimana dengan kehadirannya kita dapat menjual atau membeli barang melalui *smartphone*, dan dapat kita lakukan dimana saja dan kapan saja.

Hampir setiap orang pernah melakukan kegiatan jual beli secara *online*, hal ini saya tangkap dari pernyataan para responden yang mana 96% mereka menjawab pernah melakukan kegiatan jual beli secara *online*. Mereka sudah melakukan kegiatan jual beli *online* sejak 2015 yang mana sebelum adanya aplikasi *e-commerce* mereka melakukan jual beli melalui aplikasi lain seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*, dan *website*. Namun aplikasi ini tidak menjamin keamanan produk kita. Dan tak sedikit pula dengan menggunakan aplikasi tersebut banyak terjadi penipuan, hal ini juga dirasakan oleh peneliti sendiri sebelum menggunakan aplikasi *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Duslitbang Aptika. 2019. *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial*. Jakarta: Kominfo.
- Jatnika, Hendra. 2012 *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Bandung: Penerbit Andi.
- Kadir, Abdul. 2013. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Purnama, Chamdan. 2016 *Sistem Informasi Manajemen*. Mojokerto: Insan Global.
- Rochaety, Eti. 2017. *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media.
- Rusdiana, Moch. 2014. *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: CV.Pustaka Setia.
- Hanim, Lathifah. 2011. “Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Keabsahan Perjanjian dalam Perdagangan secara Elektronik (E-commerce) di Era Globalisasi”. *Jurnal Dinamika Hukum*. Vol. 11: 59-66.
- Rehatalanit, Y.L.R. 2016. “Peran E-commerce dalam Pengembangan Bisnis”. *Jurnal Teknologi Industri*. Vol.5: 62-69.
- Utami, Sri Setyaningsih. 2010. “Pengaruh Teknologi Informasi dalam Perkembangan bisnis”. *Jurnal Akuntansi & Sistem Teknologi Informasi*. Vol.8(1): 61-67.
- Wibowo, Edwin Agung. 2014. “Pemanfaatan Teknologi E-commerce dalam Proses Bisnis”. *Jurnal Equilibiria*. Vol.1(1): 95-108.
- Yana, Lisma & Padli, Muhammad irwan. 2020 “Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online”. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, Vol.2(1): 71-75.
- Yuliana, Oviliani Yenty. 2000. “Penggunaan Teknologi Internet dalam Bisnis”. *Jurnal Akuntansi & Keuangan*. Vol.2(1): 36-52.
- Nugraha, Sukma & Nuraeni, Dini. 2021 “Peranan Teknologi Internet dalam E-commerce”. *Article*, Universitas Garut.
- Oktavianti, Gita. 2019 “ Pengantar Sistem Informasi”. *Article*. Universitas Mercu Buana.
- Rahamn, Saeful. 2017. “Peranan Teknologi Informasi dalam Bisnis Indonesia”. *Article*. Uniersitas Komputer Indonesia.
- Sucianti, Fitria. 2020 “Penggunaan Teknologi Informasi Pada E-business”. *Artikel*, Universitas Mercu Buana.