



Peran *E-Commerce* Dalam Pemberdayaan Umkm Di Indonesia

Sri Hartono¹, Nurjannah², Mahadi³, Syahroni⁴, Faisal Asmen⁵

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pasir Pengaraian, Indonesia

Email : tonopasir@gmail.com , jnurjannah648@gmail.com , mahadi.melayu@gmail.com ,
ronihsb1@gmail.com , faisalasmen@upp.ac.id

Abstract

This research examines the role of e-commerce in empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia through a qualitative approach based on literature review. Analysis of scientific literature from 2021-2025 identifies three main focuses: mechanisms of e-commerce in enhancing MSMEs capacity and competitiveness, determinant factors of digital technology adoption effectiveness, and strategies for sustainable empowerment optimization. Research findings indicate that electronic commerce platforms function as catalysts for market access expansion, digital literacy improvement, and business turnover growth acceleration. Adoption effectiveness is influenced by business operators' digital literacy, technology infrastructure availability, capital access, and socio-cultural ecosystem support. Optimization strategies require multi-stakeholder collaboration through intensive training programs, pro-MSME policies, and inclusive infrastructure development. This research contributes to enriching digital economy literature with Indonesian contextual perspectives and provides policy recommendations for strengthening MSMEs digital transformation as national economic pillars. Practical implications include the necessity of continuous mentoring and government-private sector synergy in creating conducive digital ecosystems for micro-enterprises sustainability in Indonesia.

Keywords: *E-commerce, Empowerment, MSMEs*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji peran e-commerce dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia melalui pendekatan kualitatif berbasis kajian kepustakaan. Analisis literatur ilmiah periode 2021-2025 mengidentifikasi tiga fokus utama: mekanisme e-commerce dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM, faktor-faktor determinan efektivitas adopsi teknologi digital, dan strategi optimalisasi pemberdayaan berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform perdagangan elektronik berfungsi sebagai katalisator perluasan akses pasar, peningkatan literasi digital, dan akselerasi pertumbuhan omzet usaha. Efektivitas adopsi dipengaruhi oleh literasi digital pelaku usaha, ketersediaan infrastruktur teknologi, akses permodalan, serta dukungan ekosistem sosial-budaya. Strategi optimalisasi memerlukan kolaborasi multipihak melalui program pelatihan intensif, kebijakan pro-UMKM, dan pengembangan infrastruktur inklusif. Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur ekonomi digital dengan perspektif kontekstual Indonesia dan memberikan rekomendasi kebijakan untuk penguatan transformasi digital UMKM sebagai pilar perekonomian nasional. Implikasi praktis mencakup perlunya pendampingan berkelanjutan dan sinergi pemerintah-swasta dalam menciptakan ekosistem digital yang kondusif bagi keberlanjutan usaha mikro di Indonesia.

Kata Kunci: *E-Commerce, Pemberdayaan, UMKM*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi lanskap ekonomi global secara fundamental, di mana *e-commerce* menjadi katalisator utama dalam mengakselerasi pertumbuhan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di Indonesia, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto mencapai 61,07% dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 97% dari total angkatan kerja nasional, menjadikan sektor ini sebagai tulang punggung perekonomian (Nurwahyuni et al., 2025). Namun demikian, UMKM menghadapi berbagai kendala struktural seperti keterbatasan akses pasar, minimnya literasi digital, dan lemahnya daya saing produk di era globalisasi. Penetrasi *e-commerce* yang mencapai 88,1% dari populasi pengguna internet Indonesia pada tahun 2024 membuka peluang strategis bagi pemberdayaan UMKM melalui ekspansi pasar digital yang lebih luas dan efisien (Diniya et al., 2025).

Secara teoretis, konsep pemberdayaan UMKM melalui *e-commerce* berlandaskan pada teori *Resource-Based View* yang menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya digital sebagai keunggulan kompetitif berkelanjutan (Eliza and Hadi, 2024). Integrasi platform digital memungkinkan UMKM mengoptimalkan rantai nilai bisnis melalui efisiensi operasional, perluasan jangkauan konsumen, dan peningkatan kapabilitas pemasaran berbasis data (*data-driven marketing*). Studi empiris menunjukkan bahwa adopsi *e-commerce* secara signifikan meningkatkan kinerja penjualan UMKM hingga 43% dan memperluas penetrasi pasar hingga tingkat nasional maupun internasional (Wulandari et al., 2024). Lebih lanjut, teori *Technology Acceptance Model* menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi menjadi determinan utama dalam kesuksesan implementasi *e-commerce* pada UMKM (Rahayu et al., 2024).

Meskipun berbagai penelitian telah mengeksplorasi dampak *e-commerce* terhadap UMKM, masih terdapat kesenjangan riset (*research gap*) yang signifikan. Penelitian terdahulu cenderung berfokus pada aspek adopsi teknologi secara parsial tanpa menganalisis secara komprehensif bagaimana ekosistem digital terintegrasi mempengaruhi keberlanjutan dan daya saing UMKM dalam jangka panjang. Selain itu, minimnya kajian yang mengeksplorasi faktor-faktor kontekstual spesifik Indonesia, seperti heterogenitas geografis dan disparitas infrastruktur digital antar wilayah, menciptakan kekosongan pengetahuan yang perlu diisi. Kebaruan penelitian (*novelty*) ini terletak pada pendekatan holistik yang mengintegrasikan analisis multi-dimensi meliputi aspek teknologi, sosial-ekonomi, dan kebijakan dalam mengevaluasi peran *e-commerce* terhadap pemberdayaan UMKM di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah: Bagaimana mekanisme *e-commerce* dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Indonesia?; Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi efektivitas adopsi *e-commerce* dalam pemberdayaan UMKM?; Bagaimana strategi optimalisasi peran *e-commerce* untuk pemberdayaan UMKM berkelanjutan?. Tujuan penelitian ini adalah: Menganalisis mekanisme dan dampak *e-commerce* terhadap peningkatan kapasitas serta daya saing UMKM di Indonesia; Mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor

determinan yang mempengaruhi efektivitas adopsi *e-commerce* dalam pemberdayaan UMKM; Merumuskan strategi komprehensif untuk optimalisasi peran *e-commerce* dalam mendukung pemberdayaan UMKM berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis dalam memperkaya literatur mengenai ekonomi digital dan pemberdayaan UMKM, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM, *platform e-commerce*, dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi pengembangan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *library research* atau kajian kepustakaan yang bertujuan menganalisis secara komprehensif peran *e-commerce* dalam pemberdayaan UMKM di Indonesia melalui eksplorasi literatur ilmiah yang relevan. Desain penelitian bersifat deskriptif-analitis untuk mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menginterpretasi berbagai temuan empiris serta konsep teoretis yang terkait dengan fenomena yang diteliti (Meliyah et al., 2025). Sumber data penelitian terdiri dari data sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal ilmiah terindeks *Scopus* dan *Google Scholar*, buku teks akademik, laporan pemerintah, publikasi lembaga internasional, serta dokumen kebijakan yang dipublikasikan dalam rentang waktu 2021-2025 (Sarifiyono, 2025). Kriteria inklusi literatur meliputi: (1) relevansi substansial dengan tema *e-commerce* dan UMKM Indonesia; (2) publikasi dalam bahasa Indonesia atau Inggris; (3) validitas metodologis yang terjamin; (4) aksesibilitas dokumen secara penuh (*full text*).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran sistematis menggunakan basis data elektronik seperti *ScienceDirect*, *JSTOR*, *ProQuest*, *ResearchGate*, dan Portal Garuda dengan kata kunci "*e-commerce*", "UMKM", "pemberdayaan", "*digital economy*", dan "*SMEs empowerment*". Dokumentasi dilakukan dengan mengkatalogkan setiap literatur berdasarkan tahun publikasi, penulis, fokus kajian, dan temuan utama dalam matriks analisis literatur. Analisis data menggunakan teknik *content analysis* tematik melalui tahapan: (1) reduksi data dengan menyeleksi informasi relevan; (2) kategorisasi data berdasarkan tema dan sub-tema yang muncul; (3) interpretasi mendalam terhadap pola, hubungan, dan kesenjangan antar literatur; (4) sintesis integratif untuk merumuskan pemahaman holistik. Validitas penelitian dijamin melalui triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai literatur dari perspektif teoretis dan konteks empiris yang beragam. Proses analisis dilakukan secara iteratif untuk memastikan kedalaman dan ketepatan interpretasi terhadap fenomena yang dikaji, sehingga menghasilkan kesimpulan yang kredibel dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Mekanisme E-Commerce dalam Meningkatkan Kapasitas dan Daya Saing UMKM di Indonesia

Transformasi digital melalui pemanfaatan *e-commerce* telah menghadirkan mekanisme strategis dalam akselerasi kapasitas dan daya saing UMKM di Indonesia. Secara fundamental,

platform perdagangan elektronik berfungsi sebagai instrumen perluasan akses pasar yang memungkinkan pelaku usaha mikro menjangkau segmen konsumen secara lebih luas tanpa batasan geografis. Implementasi sistem *e-commerce* memberikan alternatif distribusi pemasaran yang efisien, memfasilitasi proses promosi, penjualan, dan distribusi produk dengan kecepatan tinggi (Saroyo, 2023). Mekanisme ini secara signifikan mengubah paradigma pemasaran konvensional menuju orientasi digital yang lebih responsif terhadap dinamika pasar kontemporer.

Dalam konteks operasional, adopsi *e-commerce* menghadirkan peningkatan kapabilitas manajerial UMKM melalui pemanfaatan fitur-fitur teknologi yang terintegrasi. Platform seperti Shopee memfasilitasi pelaku usaha untuk mengunggah produk dengan deskripsi menarik, memanfaatkan fitur promosi berbasis algoritma, dan melakukan interaksi langsung dengan konsumen potensial (Riset et al., 2025). Proses digitalisasi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga memperkuat *brand awareness* dan kredibilitas usaha di ranah digital. Lebih lanjut, transformasi melalui *e-commerce* dipersepsikan sebagai sarana modernisasi yang memberikan pengakuan sosial bagi pelaku UMKM dalam ekosistem ekonomi digital.

Dampak konkret dari mekanisme *e-commerce* tercermin pada peningkatan kinerja finansial UMKM. Hasil program pemberdayaan di Kelurahan Telaga Sari, Balikpapan, menunjukkan bahwa pelatihan intensif penggunaan platform digital menghasilkan peningkatan omzet usaha yang signifikan bagi pelaku UMKM yang terlibat (Ayshifa Nur 'Aini1, 2024). Peningkatan literasi digital melalui program pendampingan memungkinkan pelaku usaha mengoperasikan *digital marketing* dengan komposisi penggunaan media sosial yang optimal, mencapai tingkat kemampuan operasional hingga 85%. Transformasi kapasitas ini membuktikan bahwa *e-commerce* berperan sebagai katalisator dalam mengoptimalkan produktivitas dan memperluas jaringan bisnis UMKM.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Adopsi E-Commerce dalam Pemberdayaan UMKM

Efektivitas adopsi *e-commerce* dalam pemberdayaan UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor multidimensional yang saling berinteraksi. Faktor pertama yang sangat determinan adalah tingkat literasi digital pelaku usaha. Keterbatasan keterampilan digital dan pemahaman komprehensif tentang platform perdagangan elektronik menjadi hambatan struktural yang membatasi kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital secara optimal (Hidayah et al., 2024). Kesenjangan literasi ini menciptakan disparitas dalam tingkat adopsi teknologi, di mana pelaku usaha dengan pemahaman minimal mengalami kesulitan mengidentifikasi model-model media sosial yang dapat dioptimalkan untuk kegiatan pemasaran.

Faktor infrastruktur teknologi merupakan determinan krusial kedua yang mempengaruhi akselerasi digitalisasi UMKM. Kesenjangan infrastruktur digital antar wilayah, terutama dalam hal akses internet berkualitas dan ketersediaan perangkat teknologi memadai, menciptakan ketimpangan dalam penetrasi *e-commerce*. Dukungan dari pihak pemerintah dan sektor swasta dalam menyediakan

infrastruktur teknologi yang memadai menjadi faktor kunci keberhasilan program pemberdayaan berbasis teknologi (Muntadhiroh et al., 2024). Ketersediaan ekosistem digital yang kondusif memfasilitasi pelaku UMKM dalam mengakses platform perdagangan elektronik dengan lebih efisien.

Faktor ketiga adalah kapasitas permodalan dan akses finansial yang mempengaruhi keberlanjutan operasional UMKM di ranah digital. Keterbatasan akses terhadap modal usaha menghambat pelaku UMKM dalam mengalokasikan investasi untuk pengembangan kapasitas digital, termasuk pengadaan perangkat teknologi dan pembiayaan aktivitas promosi berbayar di platform *e-commerce*. Rendahnya kualitas sumber daya manusia dan kapasitas teknis juga menjadi tantangan yang harus diatasi melalui program peningkatan kompetensi berkelanjutan.

Faktor sosial-budaya dan organisasional turut berkontribusi dalam menentukan keberhasilan transformasi digital UMKM.

Strategi adaptasi teknologi berkembang melalui proses improvisasi, dukungan keluarga, dan pembelajaran berbasis komunitas yang menciptakan ekosistem kolaboratif (Rachmatsyah, 2025). Peran asosiasi UMKM dan komunitas lokal dalam menyediakan pendampingan sesuai konteks lokal menjadi faktor pendukung yang memperkuat keberlanjutan adopsi *e-commerce*. Keterlibatan masyarakat dalam program pemberdayaan berbasis teknologi terbukti meningkatkan literasi digital dan memperkuat kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan platform digital untuk manajemen dan perluasan jaringan bisnis.

Strategi Optimalisasi Peran E-Commerce untuk Pemberdayaan UMKM Berkelanjutan

Optimalisasi peran *e-commerce* dalam pemberdayaan UMKM berkelanjutan memerlukan pendekatan holistik yang mengintegrasikan dimensi teknologi, kebijakan, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia. Strategi pertama adalah implementasi program pelatihan dan pendampingan intensif yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelaku UMKM. Model pendampingan langsung yang mencakup penyusunan panduan teknis, simulasi pembuatan akun, dan praktik pengunggahan produk terbukti efektif meningkatkan kemampuan operasional pelaku usaha dalam mengelola platform digital (Adellia Maharani, 2023). Pendampingan berkelanjutan diperlukan untuk memastikan konsistensi dan efektivitas pengelolaan akun *e-commerce* dalam jangka panjang.

Strategi kedua melibatkan kolaborasi multipihak antara pemerintah, praktisi *e-commerce*, akademisi, dan pelaku ekonomi dalam menciptakan ekosistem digital yang kondusif. Pemerintah daerah perlu mengoptimalkan perannya sebagai fasilitator melalui penyediaan sarana dan prasarana penunjang, sebagai regulator dalam mendukung kebijakan pro-UMKM, dan sebagai katalisator yang memberikan apresiasi dan stimulus pertumbuhan. Sinergi antara pemerintah dan perusahaan teknologi informasi diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui penyediaan akses teknologi yang terjangkau dan pelatihan berbasis kebutuhan industri (Dan and Umkm, 2023).

Strategi ketiga adalah pengembangan infrastruktur digital yang merata dan inklusif di seluruh wilayah Indonesia. Fokus pada pengembangan infrastruktur bisnis, peningkatan kualitas tenaga kerja,

dan perluasan akses permodalan menjadi prioritas untuk meningkatkan potensi UMKM dalam menghadapi era digitalisasi. Intervensi platform digital yang adil dan inklusif diperlukan untuk memastikan seluruh segmen UMKM, termasuk pelaku usaha di wilayah terpencil, dapat mengakses manfaat ekonomi digital secara merata. Implementasi kebijakan berbasis komunitas yang mempertimbangkan konteks lokal akan memperkuat keberlanjutan transformasi digital UMKM Indonesia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *e-commerce* memiliki peran strategis dalam pemberdayaan UMKM Indonesia melalui tiga dimensi utama. Pertama, mekanisme platform digital mengakselerasi kapasitas operasional dan daya saing melalui perluasan akses pasar, optimalisasi distribusi pemasaran, dan peningkatan visibilitas produk yang berdampak pada pertumbuhan omzet usaha. Kedua, efektivitas adopsi *e-commerce* dipengaruhi oleh faktor literasi digital, ketersediaan infrastruktur teknologi, akses permodalan, serta dukungan sosial-budaya dan organisasional yang membentuk ekosistem digital kondusif. Ketiga, optimalisasi pemberdayaan berkelanjutan memerlukan sinergi multipihak melalui program pelatihan intensif, kolaborasi pemerintah-swasta, dan pengembangan infrastruktur inklusif.

Temuan penelitian memberikan implikasi teoretis dalam memperkaya literatur ekonomi digital dengan perspektif kontekstual Indonesia. Secara praktis, hasil kajian merekomendasikan perlunya intervensi kebijakan berbasis komunitas dan pendampingan berkelanjutan untuk memperkuat transformasi digital UMKM. Penelitian mendatang disarankan menggunakan pendekatan *mixed methods* untuk mengeksplorasi dampak kuantitatif adopsi *e-commerce* terhadap kinerja finansial UMKM secara longitudinal serta mengkaji peran inovasi model bisnis digital dalam meningkatkan keberlanjutan usaha mikro di era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adellia Maharani, 2023. Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Umkm Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Di Kota Tangerang 27, 333–343. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2160>
- Ayshifa Nur 'Aini1, 2024. Analisis Peluang Dan Tantangan Teknologi Terhadap Pemberdayaan Umkm Di Indonesia 3, 2564–2571.
- Dan, P., Umkm, P.E., 2023. Pemberdayaan dan pendampingan e-commerce umkm desa kriyan kecamatan kalinyamatan kabupaten jepara 5, 91–96.
- Diniya, N.Q., Karyati, S., Antikka, G.R., Zulianti, I., 2025. Pelatihan E-Commerce Dalam Pemberdayaan Umkm Di Era Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing 02, 660–664.
- Eliza, Hadi, F., 2024. Pengembangan E-Commerce di Era Digitalisasi pada UMKM Produk Kale Kota Padang Panjang 5, 2732–2743.
- Hidayah, F.N., Amrullah, A.T., Ardika, D.J., Pinem, A.B., Aryanti, S., Rahmah, N., 2024. Strategi

- Pemberdayaan Umkm Telagasari Melalui Pemanfaatan E-Commerce Di Kota Balikpapan 2, 307–313.
- Meliyah, N., Rayhan, H., Khair, O., 2025. Pemanfaatan E-Commerce oleh UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal 223–230.
- Muntadhiroh, F.A., Nisak, I.L., Kediri, I., 2024. Pemberdayaan UMKM Melalui Platform E-Commerce : Panduan Praktis Membuat Akun Shopee untuk Aries Craft Rajut 2, 628–633.
- Nurwahyuni, H., Rahmawati, A., Vinata, A.T., Purnama, C., 2025. Peran E-Commerce dalam Meningkatkan Pendapatan UMKM di Era Ekonomi Digital 2, 140–149.
- Rachmatsyah, T.H., 2025. Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Teknologi untuk Optimalisasi UMKM sebagai Pilar Utama Ekonomi Indonesia 164–173.
- Rahayu, K.D., Ramadhan, M.R., Nabilah, S., Syariah, J., Ekonomi, D., 2024. Peran E Commerce Dalam Pengembangan Umkm Lokal Di Bengkalis 1, 40–56.
- Riset, J., Silviawati, S., Wibawa, E.S., Wardani, N.A., Wahyuning, S., 2025. Peran E-Commerce dalam Transformasi Digital UMKM Indonesia : Sebuah Kajian Literatur 3.
- Sarifiyono, A.P., 2025. Pendampingan Digitalisasi Bagi Umkm Dalam Optimalisasi E- Commerce Untuk Peningkatan Daya Saing 99–108.
- Saroyo, D.P., 2023. Peran E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm 20–26.
- Wulandari, M., Annas, F., Rahmi, M., 2024. Memberdayakan UMKM Lokal Wilayah Solok Untuk Meningkatkan Penjualan 3, 258–268.