

## ABSTRAK

### *The Effect Analysis of E-Commerce In The Global Era To Increase Interest In Entrepreneurship In Dimoro Village*

Winarsih<sup>1</sup>, Dwi Ayu Istiqomah<sup>2</sup>, Ida Wahyuningsih<sup>3</sup>

**Background:** The development of information technology itself is very helpful for entrepreneurs when running a business or business. The form of information technology that is developing very rapidly today is the sale, purchase, distribution and marketing of goods and services through electronic systems, social media and e-commerce. E-commerce for an entrepreneur can provide effectiveness and flexibility in production and when sending goods and services quickly for software products so that the costs incurred are more efficient.

**Purpose:** This study aims to understand and apply e-commerce to develop business interest in Dimoro village.

**Methods:** This study used a qualitative method which was carried out through observation and interviews with the object directly, namely the Head of UKM in Dimoro village. This method aims to obtain more complete information and can reach a wider scope regarding the influence of e-commerce in the global era to increase entrepreneurial interest in Dimoro village.

**Conclusion:** From the results of observations and interviews conducted, it can be concluded that in increasing business in Dimoro village it is necessary to have an e-commerce application because e-commerce applications are applications to facilitate the buying and selling process and expand market share. In addition, using the application does not need to have a store because it can be managed in their respective homes so that it is more effective and efficient and saves costs.

**Suggestion:** There are still many limitations in this research and need to be developed again for the next research agenda. The scope of this research is still small and in a less broad scope because it is only driven in one place, so that further research can be developed through the addition of variables and the number of objects to be studied.

**Keywords:** *Effect of E-Commerce, Dimoro Village*

#### Authors

- 1) Dosen Manajemen Universitas An Nuur  
[winarsih.winarwiwin@gmail.com](mailto:winarsih.winarwiwin@gmail.com)
- 2) Mahasiswa Manajemen Universitas An Nuur  
[istiqomahdwiayu494@gmail.com](mailto:istiqomahdwiayu494@gmail.com)
- 3) Mahasiswa Manajemen Universitas An Nuur  
[ida390126@gmail.com](mailto:ida390126@gmail.com)

doi: -

#### Correspondence to:

Name: Winarsih  
Institusi: Universitas An Nuur  
Address: Jl. Gajahmada No.7  
Purwodadi, Grobogan, Jawa Tengah  
Email:  
[winarsih.winarwiwin@gmail.com](mailto:winarsih.winarwiwin@gmail.com)  
Phone: 081227717244

Published Online on April 20, 2022

This online publication has been corrected

## PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi di era sekarang ini sangat berkembang dengan pesat. Kemajuan teknologi informasi sudah dimanfaatkan oleh banyak orang yang memiliki potensi untuk memulai bisnis atau usaha yang ingin dipertahankan dan dikembangkan. Seiring kemajuan zaman jika pola pikir masyarakat Indonesia sendiri tidak diubah maka akan timbul banyak permasalahan, yaitu akan mengakibatkan penyempitan lapangan pekerjaan, hal itu akan mengakibatkan banyak orang yang mencari kerja daripada menciptakan lapangan pekerjaan sendiri. Sehingga mengakibatkan jumlah pengangguran semakin besar yang juga berdampak pada perkembangan perekonomian di Indonesia.

Pola pikir sebagian besar masyarakat Indonesia adalah bekerja dengan orang lain daripada membangun lapangan pekerjaan sendiri, maka diperlukan kesadaran masyarakat agar terciptanya jiwa yang lebih mandiri. Salah satu cara yaitu dapat mengubah pola pikir tersebut dengan menumbuhkan jiwa wirausaha dalam diri masyarakat. Dengan dimilikinya jiwa wirausaha dalam masyarakat di Indonesia diharapkan akan terbentuk jiwa pemimpin dalam masyarakat, fokus terhadap tugas sehingga hasil yang dicapai sesuai keinginan, selalu upgrade diri dan memperhatikan perkembangan zaman, kreatif, berani dalam mengambil resiko, dan terbentuk masyarakat yang percaya akan kemampuannya, (Nugroho & Suminar, 2015).

Menurut Rochayati et al (2016 : hlm 33) menjelaskan minat berwirausaha adalah keterkaitan atau dorongan yang tinggi dari seseorang yang menjadi penggerak seseorang untuk melakukan sesuatu guna mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya yang dilakukan dengan penuh kesadaran dan mendatangkan perasaan senang, suka dan gembira. Minat berwirausaha merupakan pemusatan perhatian pada wirausaha karena adanya rasa suka dan disertai keinginan mempelajari, mengetahui dan membuktikan lebih lanjut terhadap wirausaha, Mustofa (2014 : hlm 11).

Dalam meningkatkan minat kewirausahaan di era perkembangan teknologi yang sangat pesat melalui e-commerce masyarakat sendiri harus mempunyai rasa ingin menjadi penggerak dalam berwirausaha agar dapat mencipatakan tujuan jangka panjang untuk bisnis atau usaha yang dimiliki dan keinginan tersebut dilakukan atas dasar suka. Untuk membangun kesadaran diri untuk menjadi seorang wirausaha masyarakat akan banyak menemui banyak permasalahan seperti kesulitan modal, hal ini dikarenakan pola pikir yang sudah tertanam dalam benak masyarakat yaitu saat membuka usaha atau bisnis pasti membutuhkan modal yang cukup banyak dan ini yang sering menjadi masalah karena

kebanyakan pemula belum memiliki pengalaman yang cukup, peralatan untuk bisnis *e-commerce*. tempat usaha.

Perkembangan teknologi informasi sendiri sangat membantu para wirausaha pada saat menjalankan bisnis maupun usaha. Bentuk teknologi informasi yang berkembang sangat pesat saat ini adalah penjualan, pembelian, penyebaran dan pemasaran barang maupun jasa melalui system elektronik media sosial dan *e-commerce*.

*E-commerce* bagi seorang wirausaha dapat memberikan efektifitas serta fleksibilitas dalam produksi serta pada saat mengirimkan barang maupun jasa secara cepat untuk produk perangkat lunak sehingga biaya yang dikeluarkan lebih hemat. Menurut Mujian dalam Yadewi & Wijaya (2017 : hlm 65) *e-commerce (Electronic Commerce)* adalah proses transaksi yang menggunakan alat elektronik seperti telepon dan interne. *E-commerce* merupakan tempat pembelian dan penjualan produk dengan online. Kegiatan *e-commerce*. sendiri meliputi berbagai proses mulai dari pengembangan, pelayanan, penjualan, pemasaran, pemasaran serta pembayaran yang dilakukan pelanggan. Dari uraian tersebut bahwa *e-commerce* merupakan tempat bertemu antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli yang dilaksanakan secara daring, tanpa harus bertemu secara langsung.

Selain itu masyarakat yang ingin berwirausaha dapat memanfaatkan kemajuan atau perkembangan teknologi informasi yaitu *e-commerce* yang terkhusus kepada toko *online* maupun toko online di media sosial. Hal ini sesuai dengan penelitian Pramiswari & Dharmadiaksa (2017) dalam jurnalnya yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *e-commerce* terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesempatan masyarakat untuk berwirausaha melalui *e-commerce* terbuka. Dan sebenarnya banyak cara yang dapat dilakukan oleh seorang wirausahawan pemula salah satunya dapat terjun ke dunia usaha seperti menjadi reseller dan mau berjualan di pusat keramaian dengan menyalurkan hobi yang bisa menimbulkan wirausaha promosi produk barang maupun jasa dengan promosi di media sosial.

Dalam penelitian lain juga menunjukkan pengaruh positif yang diberikan *e-commerce* terhadap mahasiswa yang ingin berwirausaha (Trihudyatmanto, 2019). Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa dengan berwirausaha *e-commerce* memiliki peran penting bagi mahasiswa yang berwirausaha. Hal tersebut dikarenakan mudah dan cepatnya dalam mengakses *e-commerce* (Trihudyatmanto, 2019).

Beberapa pernyataan diatas maka penting untuk melakukan penelitian tentang pemanfaatan kemajuan teknologi *e-commerce* dalam berwirausaha dalam masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut penulis ingin mengetahui apakah berkembangnya teknologi untuk seorang wirausaha yaitu dengan adanya *e-commerce* yang focus pada took online di media sosial mampu mengubah pola pikir masyarakat, sehingga judul penelitian ini adalah “Meningkatkan Minat Kewirausahaan di Era Global Melalui *E-Commerce* di Desa Dimoro”

## METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif adalah satu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau pun kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Dalam pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data secara interaktif yang terdiri dari beberapa langkah analisis meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, sampai dengan membuat kesimpulan atau verifikasi terhadap hasil penelitian yang telah diperoleh.

## HASIL

Dengan metode wawancara, observasi dan dokumentasi telah diperoleh hasil sebagai berikut, dimana informan dalam penelitian ini adalah ketua UKM di desa Dimoro:

**Tabel 1. Hasil Observasi dan Wawancara**

No.	Item Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana praktik produksi UKM di desa Dimoro?	Praktik produksi UKM didesa Dimoro menggunakan cara tradisional dan modern. Dimana cara tradisional digunakan untuk memenuhi permintaan pasar dengan skala kecil. Sedangkan dengan cara modern lebih ditujukan untuk memenuhi permintaan pasar dengan skala besar sehingga lebih efektif dan efisien.
2.	Bagaimana <i>packing</i> produk yang di produksi UKM di desa Dimoro?	Untuk <i>packing</i> menggunakan dua cara yaitu tradisional dan modern. <i>Packing</i> tradisional cocok untuk usaha pemula karena menghemat biaya, ramah lingkungan dan bahan mudah didapat. Sedangkan <i>packing</i> modern dapat digunakan sebagai identitas produk sehingga dapat membedakan produk kita dengan yang lain. Selain itu dengan menggunakan <i>packing</i> modern produk akan bertahan lama.

3.	Bagaimana pemasaran hasil produksi UKM di desa Dimoro?	Dalam memasarkan produk tersebut menggunakan 6 cara yaitu sosial media, <i>pre-order</i> , penjualan langsung, bekerja sama dengan mitra, bazar dan <i>e-commerce</i> . Keuntungan menggunakan sosial media adalah dapat memperluas penjualan, dan dapat memperluas pangsa pasar. Keuntungan <i>pre-order</i> yaitu setiap pembelian baru di buat sehingga tidak ada istilah mubazir dan produk lebih fresh. Keuntungan penjualan langsung yaitu dapat bertemu langsung dengan <i>costumer</i> lebih dekat dengan kostemer, dan lebih efektif. Keuntungan bekerjasama ddengan mitra adalah dapat mengenal antar pelaku usaha, dan dapat mengevaluasi langsung mengenai produk yang dijual. Keuntngan bazar yaitu dapat memperkenalkan identitas produk ke khalayak ramai, dan menambah banyak relasi. Keuntungan menggunakan <i>e-commerce</i> yaitu tidak perlu membuka took offline cukup dikelola dirumah, dan lebih fleksibel dapat dikelola dimanapun dan kapan pun.
----	--	---

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi, terdapat pengaruh *e-commerce* di era global untuk meningkatkan minat kewirausahaan di desa Dimoro memanfaatkan hasil perkembangan teknologi informasi dalam bidang kewirausahaan yang pada masa sekarang ini menjadi penting karena setiap organisasi memerlukannya untuk keperluan memasarkan produk yang dijual, baik berupa barang maupun jasa. Dari beberapa metode pemasaran, yang paling efektif adalah dengan menggunakan sistem *e-commerce*. Dimana manfaat *e-commerce* yaitu mempermudah pelaku usaha untuk menawarkan produk serta melakukan transaksi jual beli secara global tanpa bertemu langsung. Dengan aplikasi *e-commerce* dapat melihat secara detail produk dan deskripsi produk yang dijual. Sehingga dengan dicantumkan deskripsi produk dapat membuat konsumen percaya atas produk yang ditawarkan. Pemanfaatan *e-commerce* bagi penjual yaitu untuk mempermudah pelaku usaha dalam memasarkan produk. Sehingga pelaku usaha melakukan pembaharuan produk agar menarik bagi konsumen.

## KESIMPULAN

Dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa dalam memanfaatkan sistem *e-commerce* untuk meningkatkan minat berwirausaha UKM di desa Dimoro, selain itu juga untuk meningkatkan keuntungan hasil penjualan juga eksistensi bisnis dari UKM. Pelaku usaha dapat menciptakan strategi-strategi bisnis dengan memanfaatkan teknologi digital yang dikatakan lebih efektif dan efisien yaitu *e-commerce*.

## SARAN

Masih banyak keterbatasan dalam penelitian ini dan perlu dikembangkan lagi untuk agenda penelitian selanjutnya. Cakupan penelitian ini masih kecil dan dalam cakupan yang kurang luas karena hanya digerakkan di satu tempat, sehingga penelitian selanjutnya dapat dikembangkan melalui penambahan variabel dan jumlah objek yang akan diteliti. Selain itu penulis juga berencana untuk memvalidasi pengukuran kedua konsep tersebut dan menguji model yang diusulkan dengan metode kuantitatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriadi, D., & Saputra, A. Y. (2017). E-Commerce Berbasis Marketplace dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *Jurnal Resti*, 1(2), 131–136.
- Arifianto, E. Y., & Choiri, M. (2018). Pemanfaatan E-commerce dalam Pembelajaran Manajemen Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 77–85.
- Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2021). Meningkatkan Minat Kewirausahaan Di Era Global Melalui E-Commerce. *JURNAL BISNIS & AKUNTANSI UNSURYA*, 6(1).
- Bogdan dan Taylor. 2012. *Prosedur Penelitian. Dalam Moleong, Pendekatan Kualitatif*. (hlm 4). Jakarta: Rineka Cipta.
- Creswell, J. W. (2010). *Qualitative inquiry and research design : choosing among five tradition*. London : Sage Publication.
- Danial dan Wasriah. (2009). *Metode Penulisan Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Fu'adi, & Fadli, I. 2009. Hubungan Minat Berwirausaha dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK N 1 Adiwerna Kab. Tegal TA 2008/2009. *Jurnal Pendidikan Teknik Mesin (PTM)*, 93.
- <https://www.bps.go.id/pressrelease/2017/11/06/1377/agustus-2017--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-50-persen.html>. Diakses pada 09 Agustus pukul 11.31 WIB

- Ilker Etikan, Sulaiman Abubakar Musa, Rukayya Sunusi Alkassim. (2015) Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*. Vol. 5, No. 1, 2016, pp. 1-4. doi: 10.11648/j.ajtas.20160501.11
- Listianto, F., Fauzi, Irviani, R., & Kasmi. (2017). Aplikasi E-commerce Berbasis Web Mobile pada Industri Konveksi Seragam Drumband di Pekon Klaten Gadingrejo Kabupaten Pringsewu. *Jurnal TAM*, 8(2), 146–152
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda karya.
- Moleong, Lexy J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT.remajarosdakarya..cet 2
- Mumtahana, H. A., Nita, S., & Tito, A. W.(2017). Pemanfaatan Web Ecommerce untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Informatika*, 3(1), 6–15.
- Mustofa, A. M. 2014. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Self Efficacy, Dan Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 1 Depok Kabupaten Sleman. Yogyakarta: eprints UNY.
- Neuman, W.L. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach*, 6th ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Nugroho, I. A. D., & Suminar, T. (2015). Partisipasi Anggota pada Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Semarang dan Perannya dalam Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(1).
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-commerce di Indonesia. *Jurnal MODUS*, 27(2), 163–174.
- Pramiswari, D. A. A., & Dharmadiaksa, I. B. (2017). Pengaruh e-commerce dan penggunaan sistem informasi akuntansi dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. *E-Jurnal Akuntansi*, 20(1), 261-289.
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan*.
- Putra, D. E., Astuti, E. S., & Riyadi. (2015). Pengaruh Kemudahan terhadap Kemanfaatan, Minat, dan Penggunaan E-Commerce (Studi Kasus pada Pengguna Situs Olx.co.id). *Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB)*, 21(2), 1–8.
- Rahayu, I. (2020). *Praktik Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Gamifikasi Pada Organisasi Mahasiswa (Disertasi Doktor, Universitas Islam Sultan Agung Semarang)*.

- Rekanita, A. M. (2019). Pemanfaatan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing di Desa Karang Sari Kecamatan Karang tengah Kabupaten Demak Jurnal EKBIS, 20(2), 1280–1289.
- Sidharta, I., & Suzanto, B. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Terhadap Sikap serta Perilaku Konsumen pada E-commerce. Jurnal Computech & Bisnis, 9(1), 26.
- Solihah, S. A. (2022). Pengaruh Pemahaman E-Commerce Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Survey Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Unpas Semester Delapan (VIII) 2020-2021) (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Syahrin, M. A. (2017). Refleksi Teoretik E-contract: Hukum yang Berlaku dalam Sengketa Transaksi Bisnis Internasional yang Menggunakan Ecommerce. LEX LIBRUM: Jurnal Ilmu Hukum, 3(2), 475–494.
- Trihudyatmanto, M. (2019). Membangun minat berwirausaha mahasiswa dengan pengaruh faktor e-commerce, pengetahuan kewirausahaan dan gender. Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ, 6(2), 93-103.
- Yulianto, Alfiah, F., Harahap, E. P., Pahad, B. A., Andriyanto, Azhari, I. A., & Saputra, R S. (2015). Analisa Peranan Teknologi Internet sebagai Media Transaksi E-commerce dalam Meningkatkan Perkembangan Ekonomi. Makalah. Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Multimedia, 6–8 .
- Zhang, X., & Cao, G. (2018). Educational Structure of Resident , E-commerce Transactions and Residents ' Consumption-Empirical Analysis based on Synergistic and Mediating Effects. Educational Sciences: Theory & Practice.