

**Journal of Information System, Applied,  
Management, Accounting and Research**



*Published: 2021-08-10*

***Published by***  
**STMIK Jayakarta**  
**Jakarta, Indonesia**

<http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>

# SERTIFIKAT

Kementerian Riset dan Teknologi/  
Badan Riset dan Inovasi Nasional



Petikan dari Keputusan Menteri Riset dan Teknologi/  
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional  
Nomor 85/M/KPT/2020  
Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode I Tahun 2020  
Nama Jurnal Ilmiah  
**JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)**  
E-ISSN: 25988719

Penerbit: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jayakarta

Ditetapkan sebagai Jurnal Ilmiah

**TERAKREDITASI PERINGKAT 5**

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu  
Volume 2 Nomor 1 Tahun 2018 sampai Volume 6 Nomor 2 Tahun 2022

Jakarta, 01 April 2020

Menteri Riset dan Teknologi/  
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional  
Republik Indonesia,



*Bambang P. S. Brodjonegoro*  
Bambang P. S. Brodjonegoro





## **Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research**

Volume 5 Nomor 3, Agustus 2021

<https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i43>

Terakreditasi Peringkat 5 (SINTA 5)

KEPUTUSAN MENTERI RISET DAN TEKNOLOGI/KEPALA BADAN RISET DAN INOVASI  
NASIONAL REPUBLIK INDONESIA, **NOMOR 85/M/KPT/2020** Tertanggal 1 April 2020  
Terhitung Mulai Volume 2 Nomor 1 (2018) s/d Volume 6 Nomor 2 (2022)

JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research) adalah sarana publikasi bagi dosen/peneliti/praktisi yang memuat hasil-hasil riset dan kajian keilmuan di bidang Teknologi Informasi, Ilmu Komputer, Informatika, Sistem Komputer, Sistem Informasi, Ilmu Terapan, Ilmu Ekonomi, Akuntansi, Teknologi Pendidikan, Ilmu Manajemen, Data Sains. Jurnal ini terbit 4 kali setahun (Februari, Mei, Agustus dan November) dan dikelola oleh Pusat Pengembangan Ilmu dan Publikasi Ilmiah (PPI-PI) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jayakarta.

### **Advisor Board Management**

Ir. Anthon Napitupulu, SE.,MM.

Ketua Yayasan Dharma Pendidikan Jakarta

Dr.Ir.Hardy Benry Simbolon, MMA.

Ketua Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jayakarta

Ir. Ifan Junaedi, M.Kom.

Wakil Ketua I, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jayakarta

### **Editorial Board Management**

#### **Editor-in-Chief :**

Verdi Yasin, S.Kom.,M.Kom. (STMIK Jayakarta) Jakarta-Indonesia

#### **Editor Board**

Zulhalim, ST.,M.TI. (STMIK Jayakarta) Jakarta-Indonesia

Saprudin, SE.,M.Ak.,M.M ((Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta) Jakarta-Indonesia

#### **Peer-Reviewer:**

Dr. Ir. Anthony Anggrawan, MT.,Ph.D (Universitas Bumigora), Mataram, NTB - Indonesia

Dr. Zulfian Azmi, ST., M.Kom (STMIK Triguna Dharma) Medan, Sumatera Utara

Dr. Tata Sutabri, S.Kom., M.MSI (Universitas Respati Indonesia) Jakarta-Indonesia.

Dr. Relita Buaton, ST.,M.Kom (STMIK Kaputama ) Binjai, Sumatera Utara-Indonesia

Revan Andhityara, S.E., M.M. (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta) Jakarta-Indonesia

Dra. Sita Dewi, M.Si. (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakarta) Jakarta-Indonesia

Anton Zulkarnain Sianipar, S.Pd.,M.Pd. (STMIK Jayakarta) Jakarta-Indonesia

Rachmawaty Haroen, SP., M.M. (STMIK Jayakarta) Jakarta-Indonesia

### **Alamat Redaksi**

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jayakarta (STMIK Jayakarta)

Jalan Salemba I No. 10 Jakarta Pusat 10430 Indonesia. Telp. +62-21-3905050

Website/URL: <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>

Surel /Email: [jisamar@jayakarta.ac.id](mailto:jisamar@jayakarta.ac.id) , [jisamar2017@gmail.com](mailto:jisamar2017@gmail.com)

## JOURNAL OF INDEXED BY



URL: [https://portal.issn.org/api/search?search\[\]=MUST=allissnbis=%222598-8700%22&search\\_id=8017655#%20](https://portal.issn.org/api/search?search[]=MUST=allissnbis=%222598-8700%22&search_id=8017655#%20)



URL: <https://sinta.ristekbrin.go.id/journals/detail?id=6663%20>



URL: <https://scholar.google.com/citations?user=fvuylsQAAAAJ&hl=en>



URL: <https://garuda.ristekbrin.go.id/journal/view/15112>

## PKP INDEX

URL: <https://index.pkp.sfu.ca/index.php/browse/index/7195>



URL: [https://onesearch.id/Repositories/Widget?repository\\_id=13519](https://onesearch.id/Repositories/Widget?repository_id=13519)



URL:

[http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/oai?verb=ListRecords&metadataPrefix=oai\\_dc](http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/oai?verb=ListRecords&metadataPrefix=oai_dc)



URL:

[https://search.crossref.org/?from\\_ui=yes&q=Journal%20of%20Information%20System,%20Applied,%20Management,%20Accounting%20and%20Research#](https://search.crossref.org/?from_ui=yes&q=Journal%20of%20Information%20System,%20Applied,%20Management,%20Accounting%20and%20Research#)



URL: <https://publons.com/researcher/4611388/journal-of-information-system-applied-management-a/publications/>



<https://journals.indexcopernicus.com/search/details?id=69999>

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur redaksi panjatkan ke hadirat Allah SWT. Tuhan Yang Mah Esa yang berkat rahmat dan hidayah-Nya JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research) volume 5 nomor 3 edisi Agustus 2021 ini dapat terselesaikan. Dalam terbitan edisi ini disajikan publikasi hasil pemikiran dan penelitian dalam bidang Computer Science, Information System, Informatics Management, Information Technology, Data Science, Big Data, Economic Science, Accounting, Management Science, Education Technology.

Redaksi mengucapkan terimakasih kepada para pihak (penulis) yang telah menyumbangkan pikirannya sehingga terbitan JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research) volume 5 nomor 3 edisi Agustus 2021 ini dapat terselesaikan.

Redaksi berharap agar hasil- hasil penelitian yang disajikan dalam terbitan ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya para civitas akademika dan praktisi.

Jakarta, Agustus 2021

Redaksi

## DAFTAR ISI



### Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research

Volume 5 Nomor 3, Agustus 2021

E-ISSN: 2598-8719 (Online), P-2598-8700 (Printed)

Diterbitkan: 10-08-2021

<https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3>

<http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar/issue/view/32>

JUDUL ARTIKEL DAN NAMA PENULIS	Halaman
Pengaruh budaya organisasi, pengembangan karir dan self efficacy terhadap kinerja karyawan pada PT. Pos Padang <i>Putri Azizi, Ai Elis Karlinda, Mardhatila Fitri Sopali</i>	539-545
Perancangan aplikasi e-persuratan berbasis web menggunakan framework codeigniter pada direktorat lalu lintas dan angkutan laut kementerian perhubungan <i>Gina Mulyani, Zulhalim, Verdi Yasin</i>	546-557
Mekanisme pembagian laba rugi pembiayaan sebagai sebuah tantangan bagi perbankan syariah di indonesia <i>Riyanto Wujarso</i>	558-565
Pengaruh konflik, komitmen organisasi dan kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan pada Rumah Sakit TK. III, dr. Reksodiwiryo padang (studi kasus pada seluruh staf non medis) <i>Mardhatila Fitri Sopali, Putri Azizi, Ai Elis Karlinda</i>	566-573
Pengaruh debt to equity ratio (der) dan return on equity (roe) terhadap harga saham perusahaan manufaktur sektor aneka industri di Indonesia <i>Muhammad Rezi Sudimas, Riyanto Wujarso</i>	574-583
E-commerce dalam usaha kecil dan menengah <i>Tatik Fidowaty, Rizki Ikhwan Insani, Andri Hadiansah, Raiswati Untsa Mega</i>	584-589
Analisis Penerapan Pilkada Berbasis Global System for Mobile (GSM) <i>Muhammad Donie Aulia, Devi Metria Dora, Raiswati Untsa Mega</i>	590-593
Teknologi E-Money di Era New Normal <i>Linna Ismawati, Ashillah Arief Thufailah, Rizkina Denaty Utami, Fandy Pradana, Raiswati Untsa Mega</i>	591-600
Platform Berbasis Web untuk Usaha Kecil Menengah <i>Lita Wulantika, Novita Melfiani, Siti Yolanda Rosalinda Ratuningrat, Febilia Anisa, Raiswati Untsa Mega</i>	601-607

Dampak teknologi pada pola komunikasi bisnis <i>Raeni Dwi Santy, Evi Sabila Suryani, Sandy Itfilarasati, Revaldo Situmorang, Herry Saputra</i>	608-612
Desain website untuk pariwisata <i>Surtikanti Surtikanti, Ronny Rinaldo Saputra, Fahry Rulyan Pernanda, Herry Saputra</i>	613-618
Pentingnya teknologi untuk pengusaha <i>Tatik Rohmawati, Delinda Irlyana Setyawati, Ladia Sonnya Isra, Herry Saputra</i>	619-625
Perkembangan e-commerce untuk usaha kecil <i>Ely Suhayati, Silvia Renali, Salsa Viowika Suherman, Ivana Fiona Matulesy, Herry Saputra</i>	626-631
Cybercrime dan dampaknya pada teknologi e-commerce <i>Siti Kurnia Rahayu, Siti Ruqoyah, Sanniyah Berliana, Sekar Budi Pratiwi, Herry Saputra</i>	632-637
Teknologi pemasaran digital untuk branding <i>Tatik Rohmawati, Erli Selvia, Ester Monica, Rahmat Welizaro, Herry Saputra</i>	638-643
Pemanfaatan teknologi pada kualitas laporan keuangan perusahaan <i>Sri Dewi Anggadini, Okta Milenisa Putri Zosanti, Ummi Goidah Mutmainah, Herry Saputra</i>	644-649
Analisis faktor faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM <i>Herry Wira Wibawa, Hendry Muhammad Ali, Atik Budi Paryanti</i>	650-660
Membangun sistem informasi pendaftaran siswa baru di SMA Pelita Bangsa Muara Gembong secara online <i>Ito Riris Immasari, Istinur Alfiah</i>	661-679
Sistem informasi akuntansi penjualan berbasis web pada CV. Raval Garmindo <i>Achmad Maezar Bayu Aji</i>	680-691
Perancangan sistem informasi pelayanan jasa perbaikan mesin industri berbasis Java <i>Laila Septiana, Ucu Kania Novelia</i>	692-700

## PERKEMBANGAN *E-COMMERCE* UNTUK USAHA KECIL

Ely Suhayati<sup>1</sup>, Silvia Renali<sup>2</sup>, Salsa Viowika Suherman<sup>3</sup>,  
Ivana Fiona Matulesy<sup>4</sup>, Herry Saputra<sup>5</sup>

Departemen Akuntansi<sup>1,2,3</sup>, Departemen Ilmu Komunikasi<sup>4</sup>,

Departemen Sistem Informasi<sup>5</sup>

Universitas Komputer Indonesia<sup>1,2,3,4,5</sup>

[ely.suhayati@email.unikom.ac.id](mailto:ely.suhayati@email.unikom.ac.id)<sup>1</sup>

[silvia.21118058@mahasiswa.unikom.ac.id](mailto:silvia.21118058@mahasiswa.unikom.ac.id)

[salsa.21118054@mahasiswa.unikom.ac.id](mailto:salsa.21118054@mahasiswa.unikom.ac.id)

[ivana.41817214@mahasiswa.unikom.ac.id](mailto:ivana.41817214@mahasiswa.unikom.ac.id)

Correspondent Email: [herryhs222@gmail.com](mailto:herryhs222@gmail.com)

Received: June 9, 2021; Revised: June 28, 2021; Accepted: July 15, 2021 Page: 626-631

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan *e-commerce* untuk usaha kecil. *E-commerce* merupakan salah satu inovasi dunia bisnis yang dapat memudahkan penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi bisnis khususnya jual beli. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan menyebarkan kuesioner. Hasilnya menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh dan membantu mengembangkan usaha kecil. Seiring dengan perkembangan sistem elektronik berbasis internet yang semakin canggih, pengguna *e-commerce* pun akan semakin meningkat. Namun, menggunakan *e-commerce* memiliki kekurangan dan kelebihan. *E-commerce* hadir untuk memberikan kemudahan dalam berbisnis di dunia maya bagi para pemilik usaha, termasuk pemilik usaha kecil. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kecil telah terbantu dengan melakukan penjualan melalui *e-commerce*. Oleh karena itu, *e-commerce* merupakan layanan yang dapat membantu perkembangan suatu bisnis.

**Kata kunci:** E-commerce, Usaha kecil, Pemasaran

**Abstract:** The purpose of this research is to determine the use of *e-commerce* for small businesses. *E-commerce* is one of the business world's innovations that can make it easier for sellers and buyers to conduct business transactions, especially buying and selling. This research used a qualitative descriptive research method by distributing questionnaires. The results show that *e-commerce* is influential and helps develop small businesses. Along with the development of internet-based electronic systems that are increasingly sophisticated, *e-commerce* users will increase. However, using *e-commerce* has its drawbacks and advantages. *E-commerce* is here to provide convenience in doing business in cyberspace for business owners, including small business owners. This research concludes that most small business people have been helped by making sales through *e-commerce*. Therefore, *e-commerce* is a service that can help the development of a business.

**Keywords:** E-commerce, Small Business, Marketing

### I. PENDAHULUAN

Saat ini, usaha kecil menggunakan teknologi dengan menggunakan *e-commerce*. Bisnis kecil dimiliki secara individu dan cenderung tidak memiliki jangkauan yang luas di pasar [1]. *E-commerce* adalah perdagangan barang atau jasa melalui jaringan telekomunikasi khususnya internet [2]. Hal tersebut mempengaruhi proses kegiatan perdagangan yang didukung oleh teknologi. Platform *e-commerce* sangat berkembang di negara maju dan berkembang. Menurut tren pertumbuhan *e-commerce*, Indonesia merupakan



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

DOI: <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i3.477>



salah satu negara dengan *e-commerce* terbesar di Asia [3]. Dengan banyaknya pengguna internet di Indonesia, diperkirakan *e-commerce* akan menjadi tumpuan ekonomi digital Indonesia [4]. *E-commerce* memiliki empat komponen utama: penjual, konsumen, *e-commerce*, dan komputer atau jaringan internet yang menyediakan pengguna *e-commerce* [5].

Jameel dan Ahmad menjelaskan bahwa usaha kecil di Erbil, Irak, sangat membutuhkan *e-commerce*. Banyak keuntungan yang akan didapat, seperti pengurangan biaya, pengurangan tenaga kerja, biaya komunikasi, dan biaya perjalanan. *E-commerce* juga memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk mengakses informasi tentang pelanggan, pesaing, pemasok, dan lain-lain [6]. Thabit dkk. juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa beberapa faktor yang mempengaruhi usaha kecil dalam penerapan *e-commerce* di Irak yaitu pengalaman dan kapabilitas pemilik IT, kesiapan teknologi, dan inovasi pemilik. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu teknologi, organisasi, lingkungan, dan individu. Dalam studi tersebut, kami juga mengelompokkan tingkat penerapan *e-commerce* pada usaha kecil. Level pertama adalah pengguna *e-commerce*, level kedua adalah bisnis kecil yang berencana menggunakan *e-commerce* dalam waktu tiga tahun, dan level ketiga adalah bisnis kecil yang berencana menggunakan *e-commerce* selama lebih dari tiga tahun atau tidak akan menggunakan *e-commerce*. [7]. Penelitian yang dilakukan oleh Awiagah dkk menjelaskan penggunaan *e-commerce* dalam bisnis kecil di Ghana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha kecil di Ghana sudah menerapkan *e-commerce*. Dukungan dari pemerintah berdampak besar pada usaha kecil untuk menggunakan *e-commerce*. Selain itu, bisnis kecil di Ghana menggunakan *e-commerce* karena bisnis kecil yang sukses menggunakan *e-commerce* [8]. Hasil studi Barhatov et al. menjelaskan dalam penelitiannya bahwa *e-commerce* merupakan instrumen penting dalam bisnis kecil. Dengan menerapkan *e-commerce*, perusahaan akan memasarkan produknya secara online sehingga memudahkan dalam membuka pasar baru [9]. Penciptaan *e-commerce* memperluas pemasaran produk untuk menjangkau pasar sasaran dan dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi usaha kecil [10].

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan *e-commerce* untuk pengembangan usaha kecil yang memiliki toko di Shopee. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memperoleh data.

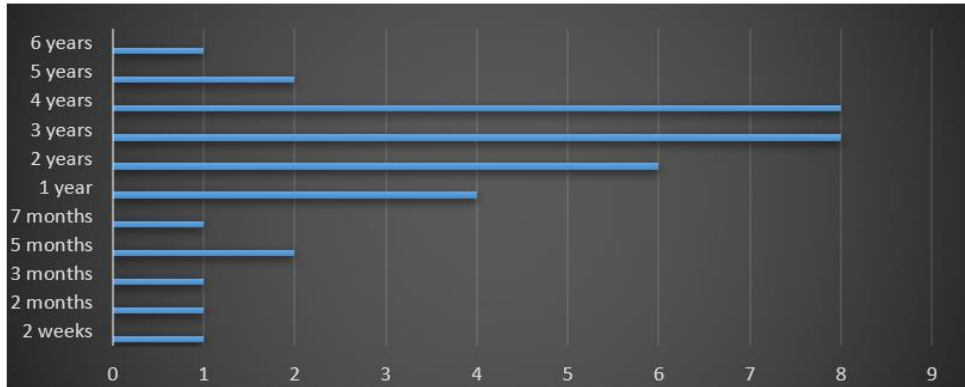
## II. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan Google Forms dan telaah perpustakaan untuk mendukung diskusi. Responden dalam penelitian ini sebanyak 35 orang yang memasang iklan di Shopee.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

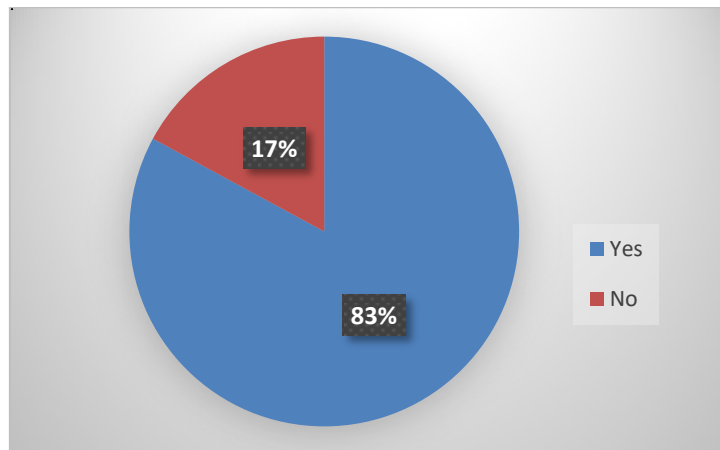
Dalam revolusi industri 4.0 ini, *e-commerce* melakukan perubahan signifikan dalam aktivitas perdagangan. Perubahan tersebut terlihat dari bertambahnya pemilik usaha kecil dan meningkatnya daya beli konsumen secara online, terutama pada saat pandemi Covid-19. Dengan *e-commerce*, transaksi jual beli online menjadi trend baru di masyarakat. Di Indonesia, terdapat lebih dari 20 *e-commerce* yang aktif. Shopee adalah salah satu *e-commerce* terpopuler di Indonesia. Berdasarkan survei Snapcart (2020), Shopee terpilih sebagai *e-commerce* yang paling sering digunakan untuk berbelanja (66%). Shopee telah aktif sejak 2015, dan sejak itu Shopee semakin dikenal banyak orang. Terciptanya popularitas tersebut menjadi kesempatan untuk melakukan kajian untuk mengetahui pengaruh Shopee terhadap perkembangan usaha kecil di Indonesia. Sampel dari penelitian ini adalah data yang berasal dari kuesioner yang telah dibagikan kepada komunitas yang memiliki toko di Shopee. Berdasarkan survey yang telah didapatkan maka dapat diperoleh informasi seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.





Gambar 1. Durasi bisnis kecil yang telah bergabung dengan *e-commerce* Shopee

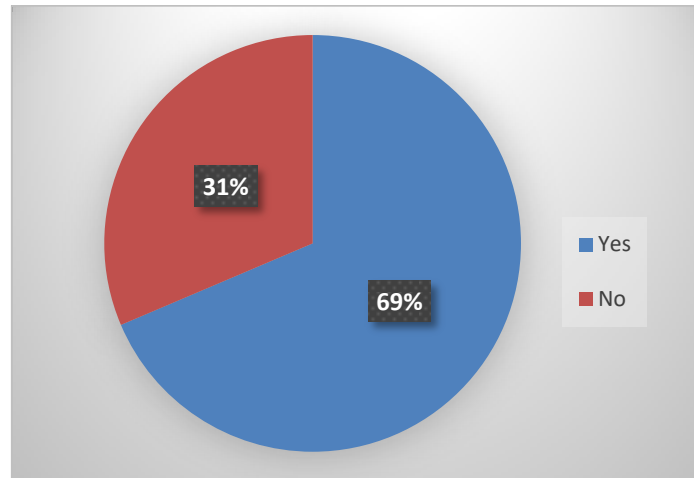
Berdasarkan Gambar 1, usaha kecil yang telah bergabung dengan *e-commerce* Shopee sebagai penjual selama enam tahun terakhir, dan penjual terbaru telah bergabung selama dua minggu. Sebagian besar penjual telah bergabung selama tiga hingga empat tahun, yang masing-masing berjumlah delapan penjual. Jika dilihat dari grafik, setiap bulan dan minggu terjadi peningkatan pemilik usaha kecil yang melakukan penjualan di platform Shopee. Ini menunjukkan bahwa usaha kecil mengandalkan Shopee sebagai platform untuk melakukan aktivitas penjualan (Gambar 2).



Gambar 2. Bisnis kecil dibantu oleh *e-commerce* Shopee

Berdasarkan Gambar 2 terlihat bahwa 83% pemilik usaha kecil yang berjualan di Shoppe terbantu dalam kegiatan penjualannya. Sementara itu, 17% pemilik usaha kecil lainnya justru merasakan sebaliknya. Bantuan *e-commerce* bagi para pelaku usaha kecil disebabkan oleh beberapa hal seperti Shopee memberikan program pengiriman gratis sehingga pembeli tertarik untuk berbelanja di tokonya. Pembeli juga merasa nyaman dengan kebijakan pengembalian uang ketika barang yang mereka beli tidak sampai. Kebijakan ini dapat memberikan keamanan bagi pembeli saat berbelanja di Shopee. Shopee juga menyediakan iklan untuk menarik calon pembeli lain agar produk penjual semakin meluas. Oleh karena itu, *e-commerce* dapat mempermudah orang untuk membeli dan menjual barang dan jasa secara efektif dan efisien [11]. Namun, beberapa penjual merasakan hal sebaliknya dalam aktivitas penjualannya dengan menggunakan *e-commerce*. Itu karena penjual mengalami kendala saat menggunakan platform Shopee, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.

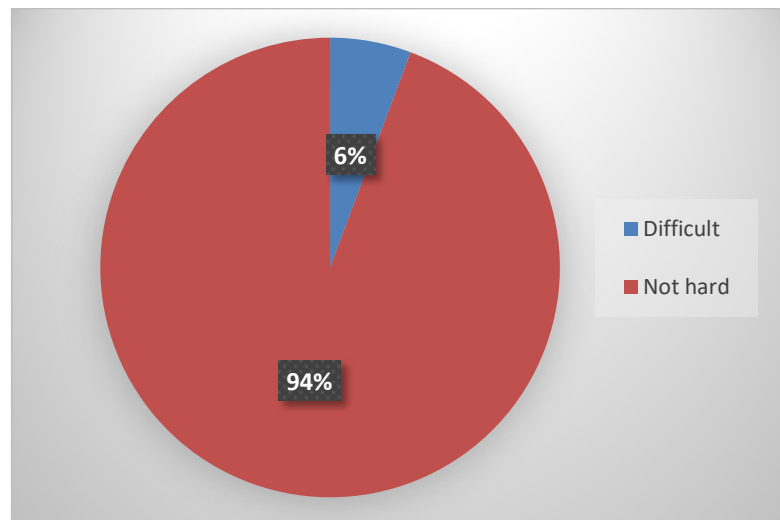




Gambar 3. Bisnis kecil yang mengalami masalah pada *e-commerce* Shopee

Berdasarkan Gambar 3, sebanyak 31% penjual mengalami masalah dan tidak puas dengan cara kerja sistem Shopee. Kerugian dan kendala yang dirasakan adalah adanya biaya admin atau pemotongan yang terlalu tinggi dan mengurangi pendapatan penjual. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup signifikan sehingga berbagai kebijakan dilakukan untuk mengaturnya. Kebijakannya adalah penjual di *e-commerce* harus dikenakan pajak [11]. Saat ini Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang dikenakan pada penjual Shopee mencapai 10%. Shopee tidak direkomendasikan untuk bisnis print on demand karena jika 100% produk yang dijual sudah pre-order maka akan ada notifikasi toko tersebut terkena sanksi.

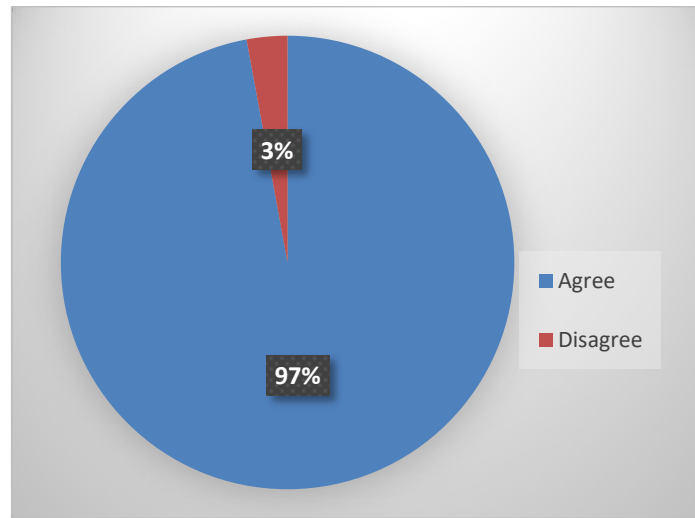
Penjual merasa layanan pengiriman yang diberikan Shopee belum lengkap. 69% penjual lainnya puas dengan *e-commerce* Shopee. Shopee dapat secara otomatis mengelola aktivitas operasional penjual seperti informasi stok produk yang tidak terjual dan detail pendapatan yang dihasilkan selama sebulan sehingga penjual lebih efektif dalam menjalankan operasinya (Gambar 4).



Gambar 4. Tingkat kesulitan dalam menggunakan aplikasi Shopee

Berdasarkan Gambar 4, 94% penjual setuju bahwa aplikasi Shoppe mudah digunakan. Kemudahan setiap aktivitas dirasakan telah disediakan oleh teknologi saat ini [12]. Apalagi, 6% penjual masih kesulitan menggunakan aplikasi Shopee. Sebagian besar merupakan penjual baru yang bergabung dengan Shopee dan masih membutuhkan waktu untuk menyesuaikan dengan fitur aplikasi (Gambar 5).





Gambar 5. Pendapat orang bisnis kecil

Berdasarkan Gambar 5 terlihat bahwa 97% penjual berpendapat dan setuju bahwa *e-commerce* sangat dibutuhkan oleh pemilik usaha, terutama bagi pemilik usaha kecil. Bagi pemilik usaha kecil yang baru memulai bisnisnya, *e-commerce* akan membantu mengembangkan bisnisnya. Dalam *e-commerce* seperti Shopee, seseorang masih memiliki kesempatan untuk berjualan dengan menjadi dropshipper. Dropshipping adalah aktivitas melakukan penjualan, namun penjual tidak menyimpan barang yang dijualnya. Oleh karena itu, jika ada yang membeli produk tersebut, penjual yang melakukan dropship akan langsung menghubungi distributor. Selain itu distributor akan mengirimkan produk langsung ke pembeli. Sisa 3% penjual tidak setuju jika *e-commerce* menjadi kebutuhan usaha kecil. Hal tersebut dikarenakan masih terdapat beberapa kekurangan pada sistem kerja Shopee.

#### IV. KESIMPULAN

Penggunaan *e-commerce* untuk pengembangan usaha kecil sangat membantu dalam meningkatkan penjualan. Selain itu juga memudahkan semua orang baik penjual maupun pembeli, terutama pada saat pandemi COVID-19. Keberadaan pemilik bisnis *e-commerce* akan lebih efektif dalam melakukan proses penjualan karena *e-commerce* memiliki jangkauan yang luas untuk mempromosikan produk yang ditawarkan. *E-commerce* memiliki peran penting dalam mengembangkan usahanya dan dibutuhkan oleh pemilik usaha yang bermodal rendah. *E-commerce* memiliki kendala dalam cara kerja sistemnya.

#### REFERENSI

- [1] Soegoto, E. S. 2014. Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung. *PT. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia*, 12, pp. 234-345
- [2] Kabugumila, M. S., Lushakuzi, S., & Mtui, J. E. 2016. E-commerce: an overview of adoption and its effective implementation. *International Journal of Business and Social Science*, 7(4), p. 243.
- [3] Agus, A. A., Yudoko, G., Mulyono, N., & Imaniya, T. 2020. E-commerce Platform Performance, Digital Marketing and Supply Chain Capabilities. *International Research Journal of Business Studies*, 13(1), pp. 63-80.





- [4] Setiawan, A., Maratno, S. F. E., Rahayu, P. A., & Dewanti, M. P. R. P. 2019. Stakeholder Analysis on Indonesian E-Commerce Taxation. *International Research Journal of Business Studies*, 12(3), pp. 277-288.
- [5] Soegoto, E. S., & Eliana, E. 2018. E-Commerce and Business Social Media Today. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 407(1), p. 012034. IOP Publishing.
- [6] Jameel, A. S., & Ahmad, M. A. A. 2018. Determine some factors that affect to adoption of e-commerce among small and medium enterprises in Erbil. *Polytechnic Journal*, 8(1).
- [7] Thabit, T. H., Raewf, M. B., Abdulrahman, O. T., & Younis, S. K. 2016. The Adoption of E-commerce in SMEs A case study on a sample of Iraqi enterprises. *International Journal of Latest Research in Engineering and Technology*, 2(6), pp. 38-46.
- [8] Awiagah, R., Kang, J., & Lim, J. I. 2016. Factors affecting e-commerce adoption among SMEs in Ghana. *Information Development*, 32(4), pp. 815-836
- [9] Barhatov, V., Campa, A., & Pletnev, D. 2018. The impact of Internet-technologies development on small business success in russia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 238, pp. 552-561.
- [10] Hendrawan, A., Sucahyowati, H., & Cahyandi, K. 2018. E-commerce in small and medium enterprises (smes) in order to improve performance. *Jurnal Terapan Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), pp. 208-215.
- [11] Setiawan, A., Maratno, S. F. E., Rahayu, P. A., & Dewanti, M. P. R. P. 2019. Stakeholder Analysis on Indonesian E-Commerce Taxation. *International Research Journal of Business Studies*, 12(3), pp. 277-288.
- [12] Handayani, T., & Novitasari, A. 2020. Digital Wallet as a Transaction Media in The Community. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 879(1), p. 012001. IOP Publishing.



**JISAMAR** (*Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*) , ini, diterbitkan/dikelola oleh Pusat Pengembangan Ilmu dan Publikasi Ilmiah (PPI-PI) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Jayakarta,

**JISAMAR** (*Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*), terbit empat (4) kali setahun pada bulan Februari, Mei, Agustus, dan November memuat naskah hasil pemikiran dan penelitian di bidang : Information System, Computer Science, Information Technology, Soft Computing, Informatics Management, Economic Science, Management Science, Accounting, Business, Education Technology, Intelligent System, Data science and Computation Technology.

Redaksi/Penerbit Mengundang segenap penulis profesional, para peneliti, untuk mengirimkan naskah jurnal-nya yang belum pernah diterbitkan sebelumnya oleh media atau lembaga penerbit dan publikasi ilmiah lain. Kami Pengelola/Manajemen Sistem Informasi Jurnal JISAMAR tidak menerima Naskah yang sudah pernah dikirimkan dan diterbitkan ke pengelolaan jurnal di tempat yang lain. Penulis Naskah diharapkan tidak mengirimkan Naskah ganda ke penerbit jurnal JISAMAR, jika belum ada pemberitahuan ditolak (*Riject*) dari penerbit yang bersangkutan. Selanjutnya Pengelola **JISAMAR** (*Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*) tidak bertanggung jawab atas isa dalam pembahasan naskah jurnal yang dikirimkan kepada penerbitan kami, segala resiko yang terjadi dengan pembahasan/konten naskah jurnal yang di kirimkan kepada JISAMAR merupakan tanggung jawab sepenuhnya penulis.



**Penerbit:**

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Jayakarta (STMIK Jayakarta)

Address : Jalan. Salemba I No. 10 Jakarta Pusat 10430 Indonesia.

Telp. +62-21-3905050

Website/URL: <http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>

Surel /Email: [jisamar@stmikjayakarta.ac.id](mailto:jisamar@stmikjayakarta.ac.id) , [jisamar2017@gmail.com](mailto:jisamar2017@gmail.com)