



Membangun Ekosistem E-Commerce yang Inklusif: Analisis Model Bisnis dan Strategi Pengembangan Platform Penjualan Produk UMKM dengan Dukungan GPN

Nabila Anisa Risca Lubis

riscanabilaanisa@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Muhammad Irwan Padli Nasution

irwannst@uinsu.ac.id

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak Membangun ekosistem e-commerce inklusif sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi digital dan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Analisis ini membahas model bisnis dan strategi pengembangan untuk platform penjualan produk UMKM dengan dukungan Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (GPN). Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada platform e-commerce tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis platform harus didasarkan pada nilai inklusivitas, kemudahan akses, dan dukungan untuk pengembangan UMKM. Strategi pengembangan platform meliputi integrasi sistem pembayaran digital, pengembangan konten dan pemasaran digital, serta penyediaan program mentoring dan pelatihan untuk UMKM.

Kata Kunci: *Ekosistem E-Commerce Inklusif, Platform Penjualan UMKM, Dukungan GPN*

Pendahuluan

Indonesia sedang mengalami perkembangan digital yang cepat, terlihat dari pertumbuhan pengguna internet dan e-commerce yang penting. Data menunjukkan bahwa jumlah pengguna e-commerce di Indonesia diperkirakan mencapai 244,67 juta pada tahun 2027. Pertumbuhan ini memberikan kesempatan besar bagi Indonesia untuk memperkuat ekonomi digitalnya. Namun, untuk memastikan semua lapisan masyarakat bisa merasakan manfaat dari ekonomi digital, perlu dibangun ekosistem e-commerce yang inklusif.

Meskipun potensi ekonomi digital di Indonesia sangat besar, data menunjukkan produk lokal dari UMKM masih kurang terwakili di platform e-commerce. Hanya 2-8% produk UMKM yang sukses terjual di platform e-commerce. Hal ini menunjukkan adanya hambatan bagi UMKM untuk masuk dan bersaing dalam ekosistem e-commerce, seperti kurangnya pengetahuan dan akses terhadap teknologi, serta dukungan infrastruktur dan kebijakan yang kurang memadai. Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya membangun ekosistem e-commerce yang inklusif. Melalui regulasi dan infrastruktur, pemerintah berusaha untuk mempercepat pertumbuhan UMKM serta meningkatkan

aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Salah satu program pemerintah yang relevan adalah Gerakan Nasional Non Tunai (GPN), yang bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan. Program ini bertujuan untuk mendorong penggunaan transaksi elektronik guna memudahkan UMKM dan penyandang disabilitas berpartisipasi dalam ekonomi digital. Membangun ekosistem e-commerce inklusif tidak hanya menitikberatkan pada akses teknologi, tetapi juga pada aspek lain seperti model bisnis yang berkelanjutan, strategi pengembangan platform yang tepat, dan dukungan bagi pengembangan UMKM. Penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan UMKM, meningkatkan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas, dan memastikan partisipasi aktif semua lapisan masyarakat dalam ekonomi digital.

Penelitian ini bertujuan menganalisis model bisnis dan strategi pengembangan platform penjualan produk UMKM dengan dukungan GPN. Penelitian ini akan mengeksplorasi perancangan dan pengembangan platform e-commerce untuk mendukung pertumbuhan UMKM dan meningkatkan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Penelitian ini akan mengidentifikasi langkah-langkah untuk menciptakan lingkungan mendukung UMKM dan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas dalam ekosistem e-commerce. Tujuannya adalah agar ekonomi Indonesia dapat diberdayakan secara merata dan berkelanjutan. Penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam memahami pembangunan ekosistem e-commerce yang inklusif di Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan rekomendasi kepada pelaku e-commerce dan pemangku kepentingan terkait untuk mengembangkan strategi yang tepat guna mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Metode dan Material

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada platform e-commerce tertentu yang telah menerapkan strategi inklusif dan dukungan GPN. Pendekatan kualitatif dipilih berdasarkan tujuan penelitian untuk memahami model bisnis dan strategi pengembangan platform e-commerce yang mendukung UMKM dan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Studi kasus membantu peneliti memperoleh informasi mendalam tentang operasi platform e-commerce, integrasi dukungan GPN, dan upaya mengatasi tantangan dalam membangun ekosistem yang inklusif.

Data dikumpulkan melalui studi literatur, observasi lapangan, dan wawancara dengan pengelola platform e-commerce, UMKM, dan pengguna platform yang memiliki disabilitas. Studi literatur dilakukan untuk memahami konsep ekosistem e-commerce yang inklusif, model bisnis platform e-commerce, strategi pengembangan platform, dan program GPN. Observasi lapangan dilakukan untuk melihat langsung operasional platform e-commerce dan interaksinya dengan para pemangku kepentingan. Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan informasi detail tentang pengalaman pengguna platform e-commerce dan pandangan mereka tentang manfaat dan tantangan ekosistem e-commerce yang inklusif.

Data yang diperoleh dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan dalam data tersebut. Analisis tematik dilakukan dengan cara mengkategorikan data berdasarkan tema-tema yang relevan dengan tujuan penelitian, kemudian menginterpretasikan data tersebut untuk memahami makna dan implikasi dari temuan penelitian. Hasil analisis disajikan dalam narasi deskriptif dan interpretatif, dengan dukungan kutipan data.

Penelitian memanfaatkan sumber data beragam, termasuk dokumen resmi dari platform e-commerce, laporan riset, artikel jurnal tentang e-commerce dan UMKM, serta data sekunder tentang program GPN. Data sekunder digunakan untuk mendukung analisis dan interpretasi data primer dari studi kasus. Penelitian ini menggunakan berbagai perangkat lunak untuk analisis data kualitatif, seperti NVivo. Perangkat tersebut membantu dalam mengorganisir, mengkode, dan menganalisis data dari wawancara dan observasi lapangan.

Hasil dan pembahasan

Penelitian menemukan bahwa platform e-commerce yang diselidiki berhasil membangun model bisnis yang inklusif yang berfokus pada UMKM dan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Platform ini menyediakan berbagai fitur dan layanan yang didesain khusus untuk mendukung UMKM. Fitur tersebut meliputi kemudahan dalam proses pendaftaran, sistem pembayaran digital yang terhubung dengan GPN, serta program pelatihan dan pendampingan. Hal ini sesuai dengan usaha pemerintah dalam memajukan pertumbuhan ekonomi digital dan meningkatkan inklusi keuangan.

Platform ini juga telah menerapkan strategi pengembangan yang berfokus pada inklusivitas, seperti menyediakan konten dan pemasaran digital yang ramah disabilitas, serta membangun kemitraan dengan organisasi penyandang disabilitas untuk meningkatkan aksesibilitas platform. Pendekatan ini menunjukkan bahwa platform e-commerce tidak hanya peduli pada keuntungan bisnis, tetapi juga pada nilai sosial dan keberlanjutan.

Pembahasan lebih lanjut menunjukkan bahwa model bisnis platform e-commerce yang diteliti berhasil mengatasi tantangan yang dihadapi UMKM dalam berpartisipasi dalam ekonomi digital. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya pengetahuan dan akses terhadap teknologi. Platform ini telah mengatasi tantangan ini dengan menyediakan program pelatihan dan pendampingan bagi UMKM, serta memberikan akses mudah terhadap teknologi melalui platform yang ramah pengguna.

Tantangan lain yang dihadapi UMKM adalah kurangnya akses terhadap sistem pembayaran digital. Platform ini telah berhasil mengatasi tantangan ini dengan mengintegrasikan sistem pembayaran digital yang terhubung dengan GPN. Ini memungkinkan UMKM untuk menerima pembayaran secara elektronik dengan mudah dan aman. Hal ini sesuai dengan usaha pemerintah untuk meningkatkan inklusi keuangan melalui GPN.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa platform e-commerce yang diselidiki telah berhasil meningkatkan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Platform ini telah menambahkan fitur-fitur dan layanan yang ramah disabilitas, seperti konten dan pemasaran digital yang mudah diakses, serta bekerja sama dengan organisasi penyandang disabilitas untuk meningkatkan aksesibilitas platform. Pendekatan ini menunjukkan bahwa platform e-commerce dapat menjadi alat untuk meningkatkan ekonomi secara merata dan berkelanjutan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pelaku e-commerce untuk membangun ekosistem e-commerce yang inklusif dan berkelanjutan. Para pelaku e-commerce perlu mempertimbangkan model bisnis yang berfokus pada nilai inklusivitas, kemudahan akses, dan dukungan terhadap pengembangan UMKM. Mereka harus menerapkan strategi pengembangan yang mencakup integrasi sistem pembayaran digital, pengembangan konten dan pemasaran digital yang ramah disabilitas, serta program pendampingan dan pelatihan untuk UMKM. Dengan menerapkan rekomendasi ini, ekosistem e-commerce di Indonesia dapat menjadi alat untuk meningkatkan perekonomian secara merata dan berkelanjutan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa membangun ekosistem e-commerce yang inklusif di Indonesia merupakan langkah penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang merata dan berkelanjutan. Platform e-commerce yang diteliti dalam penelitian ini telah berhasil membangun model bisnis yang inklusif dengan fokus pada pemberdayaan UMKM dan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas. Platform ini menawarkan berbagai fitur dan layanan yang dirancang khusus untuk mendukung UMKM, seperti kemudahan pendaftaran, sistem pembayaran digital yang terintegrasi dengan GPN, dan program pendampingan dan pelatihan. Platform ini juga telah menerapkan strategi pengembangan yang berfokus pada inklusivitas, seperti menyediakan konten dan pemasaran digital yang ramah disabilitas, serta membangun kemitraan dengan organisasi penyandang disabilitas untuk meningkatkan aksesibilitas platform.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis dan strategi pengembangan platform e-commerce yang inklusif dapat mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi UMKM dalam berpartisipasi dalam ekonomi digital, seperti kurangnya pengetahuan dan akses terhadap teknologi, serta kurangnya akses terhadap sistem pembayaran digital. Platform e-commerce yang diteliti telah berhasil mengatasi tantangan ini dengan menyediakan program pelatihan dan pendampingan bagi UMKM, memberikan akses mudah terhadap teknologi melalui platform yang ramah pengguna, dan mengintegrasikan sistem pembayaran digital yang terintegrasi dengan GPN. Platform ini juga telah berhasil meningkatkan aksesibilitas bagi penyandang disabilitas dengan menerapkan berbagai fitur dan layanan yang ramah disabilitas.

Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi para pelaku e-commerce dalam membangun ekosistem e-commerce yang inklusif dan berkelanjutan. Para pelaku e-commerce perlu mempertimbangkan model bisnis yang berfokus pada nilai inklusivitas,

kemudahan akses, dan dukungan terhadap pengembangan UMKM. Mereka juga perlu menerapkan strategi pengembangan yang meliputi integrasi sistem pembayaran digital, pengembangan konten dan pemasaran digital yang ramah disabilitas, serta program pendampingan dan pelatihan bagi UMKM. Dengan menerapkan rekomendasi ini, ekosistem e-commerce di Indonesia dapat menjadi alat pemberdayaan ekonomi yang merata dan berkelanjutan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Daftar Pustaka

- Apridonal, Y., Mardalius, M., & Dristyan, F. (2023). Optimalisasi e-commerce Sebagai Strategi bisnis digital. *Journal Of Indonesian Social Society (JISS)*, 1(2), 86-91.
- Barkatullah, A. H. (2019). Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: sebagai pedoman dalam menghadapi era digital Bisnis e-commerce di Indonesia. Nusamedia.
- Dwijayanti, A., & Pramesti, P. (2021). Pemanfaatan Strategi Pemasaran Digital menggunakan E-Commerce dalam mempertahankan Bisnis UMKM Pempek4Beradek di masa Pandemi Covid-19. *Ikra-Ith Abdimas*, 4(2), 68-73.
- Effendi, B. (2020). Pengawasan Dan Penegakan Hukum Terhadap Bisnis Digital (E-Commerce) Oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Dalam Praktek Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Syiah Kuala Law Journal*, 4(1), 21-32.
- Feblicia, S., & Cuandra, F. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Keputusan Pembelian pada Bisnis Digital E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 3(2), 56-70.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 506-519.
- Orinaldi, M. (2020). Peran e-commerce dalam meningkatkan resiliensi bisnis di era pandemi. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 4(2), 36-53.
- Rozaq, A. (2020). Konsep Perancangan Sistem Informasi Bisnis Digital. Poliban Press.
- Septiani, S., & Seviawani, P. (2024). Penggunaan big data untuk personalisasi layanan dalam bisnis e-commerce. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(1), 51-57.
- Sitorus, S. A., & Gheta, A. P. K. (2022). E Commerce: Strategi Dan Inovasi Bisnis Berbasis Digital.