



DAMPAK PENERAPAN E-COMMERCE AMAZON TERHADAP PENINGKATAN EKSPOR UMKM DI INDONESIA

Nayilla Putri Ramadhanti

Politeknik APP Jakarta

Nurul Afifah

Politeknik APP Jakarta

Tasya Salsabila Kautsar

Politeknik APP Jakarta

Alamat: Jl. Timbul No.34, RT.6/RW.5, Cipadak, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta 12630

Korespondensi penulis: nayillaputriramadhanti2626@gmail.com

Abstract. The purpose of this study is to see how the implementation of e-commerce through the Amazon platform impacts the growth of MSME exports in Indonesia. Contributing more than 61% of GDP and 97% of employment, MSMEs are pillars of the national economy. Despite their great potential, MSMEs often face obstacles such as limited access to international markets, lack of understanding of digital technology, and difficulty meeting global standards. Through Amazon, MSMEs gain direct access to millions of global consumers, efficient logistics infrastructure, and analytical tools to understand market behavior. This research is qualitative in nature and uses a descriptive-analytical approach that relies on literature studies from various sources. The results show that Amazon is able to increase the visibility of MSME products and facilitate international market expansion more effectively than conventional methods. However, significant challenges remain, including high selling costs, intense global competition, and low digital readiness of MSMEs. In addition, government support in the form of training, access to funding, and supportive regulations are necessary for MSMEs to compete in the global market. With the optimization of strategies and collaboration between MSMEs, the government, and Amazon, this platform has the potential to become a catalyst for increasing exports of Indonesian MSMEs in the digital era.

Keywords: *e-commerce, Amazon, exports, MSMEs, and Indonesia*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana penerapan e-commerce melalui platform Amazon berdampak pada pertumbuhan ekspor UMKM di Indonesia. Dengan kontribusi lebih dari 61% PDB dan 97% lapangan kerja, UMKM adalah pilar ekonomi nasional. Meskipun memiliki potensi besar, UMKM sering kali menghadapi kendala seperti keterbatasan akses pasar internasional, kurangnya pemahaman teknologi digital, serta kesulitan memenuhi standar global. Melalui Amazon, UMKM mendapatkan akses langsung ke jutaan konsumen global, infrastruktur logistik yang efisien, dan alat analitik untuk memahami perilaku pasar. Penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan pendekatan deskriptif-analitis yang bergantung pada studi literatur dari berbagai sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Amazon mampu meningkatkan visibilitas produk UMKM dan memfasilitasi ekspansi pasar internasional dengan lebih efektif dibandingkan metode konvensional. Namun, tantangan signifikan tetap ada, termasuk biaya penjualan yang tinggi, ketatnya persaingan global, dan rendahnya kesiapan digital UMKM. Selain itu, dukungan pemerintah berupa pelatihan, akses pendanaan, dan regulasi yang mendukung sangat diperlukan agar UMKM dapat bersaing di pasar global. Dengan optimalisasi strategi dan kolaborasi antara UMKM, pemerintah, dan Amazon, platform ini memiliki potensi menjadi katalisator peningkatan ekspor UMKM Indonesia di era digital.

Kata kunci : *e-commerce, Amazon, ekspor, UMKM, dan Indonesia.*

LATAR BELAKANG

Penerapan e-commerce menawarkan solusi yang menjanjikan untuk mengatasi tantangan ini. UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses

DAMPAK PENERAPAN E-COMMERCE AMAZON TERHADAP PENINGKATAN EKSPOR UMKM DI INDONESIA

penjualan, dan mengakses pasar yang lebih luas melalui platform digital. Selama pandemi COVID-19, pergeseran ke arah digitalisasi menjadi lebih nyata, di mana banyak pelaku usaha yang beradaptasi dengan cepat untuk bertahan. Oleh karena itu, penting untuk memahami dampak penerapan e-commerce terhadap peningkatan UMKM di Indonesia, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan implementasinya. Berbagai industri, termasuk sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, telah mengalami transformasi besar sebagai akibat dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Lebih dari 61% PDB dan 97% lapangan pekerjaan diciptakan oleh UMKM, yang memainkan peran penting dalam perekonomian nasional. Meskipun UMKM memiliki potensi yang sangat besar, mereka seringkali menghadapi berbagai masalah, seperti akses pasar, pembiayaan, dan pengembangan kapasitas.

Di era digital saat ini, kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara perusahaan beroperasi di seluruh dunia. Amazon adalah salah satu platform e-commerce global yang paling berpengaruh. Meskipun Amazon berbasis di Amerika Serikat, dampaknya tidak hanya dirasakan di negara asalnya dan di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Kenaikan akses internet, peningkatan penggunaan smartphone, dan semakin banyaknya pengguna media sosial telah menciptakan peluang yang sangat baik bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas pasar mereka.

Di Indonesia, banyak UMKM yang telah mulai beradaptasi dengan tren e-commerce, memanfaatkan berbagai platform untuk memasarkan produk mereka. Hal ini mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memberikan peluang baru bagi pengusaha untuk berkembang. Namun, perlu adanya penelitian yang lebih mendalam untuk memahami dampak penerapan model bisnis seperti Amazon terhadap peningkatan UMKM di Indonesia, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan mereka dalam memanfaatkan platform ini.

Tujuan penelitian ini yaitu : (1) Menganalisis dampak penggunaan platform Amazon terhadap peningkatan ekspor UMKM di Indonesia. (2) Mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam memanfaatkan Amazon sebagai saluran ekspor. (3) Merumuskan strategi dan rekomendasi bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di pasar global melalui platform Amazon.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian mengenai "Dampak Penerapan E-commerce Amazon terhadap Peningkatan Ekspor UMKM di Indonesia" akan menyoroiti beberapa aspek penting terkait peran UMKM dalam perekonomian nasional, tantangan yang dihadapi dalam perdagangan internasional, serta bagaimana platform e-commerce, khususnya Amazon, dapat berperan sebagai solusi bagi ekspansi pasar global UMKM. Perekonomian Indonesia bergantung pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), menyumbang sebagian besar dari PDB dan menyerap mayoritas tenaga kerja di seluruh negeri. Meskipun kontribusinya signifikan di tingkat domestik, UMKM menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan ekspor. Menurut studi Tambunan (2019), hambatan terbesar UMKM dalam meningkatkan ekspor adalah keterbatasan akses terhadap pasar internasional, keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital, serta kurangnya pengetahuan terkait standar internasional dan preferensi konsumen global.

Perkembangan e-commerce selama beberapa dekade terakhir, khususnya platform global seperti Amazon, telah menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk mengatasi keterbatasan tersebut. E-commerce memungkinkan UMKM untuk menjual produk mereka ke pasar global tanpa perlu bergantung pada infrastruktur fisik yang rumit dan mahal. Menurut Suhartanto et al. (2020), e-commerce telah menjadi salah satu sarana yang paling efektif dalam memfasilitasi UMKM untuk memasuki pasar ekspor. Platform seperti Amazon menawarkan akses kepada jutaan konsumen di seluruh dunia, mengurangi batasan geografis dan biaya pemasaran yang selama ini menjadi hambatan utama bagi ekspor UMKM. Studi dari Setiawan dan Rahmawati (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan platform e-commerce cenderung mengalami peningkatan volume penjualan internasional dan perluasan jangkauan pasar yang lebih luas, dibandingkan UMKM yang masih bergantung pada metode konvensional.

Namun, meskipun Amazon dan platform serupa memberikan potensi yang besar bagi UMKM di Indonesia untuk meningkatkan ekspor, terdapat tantangan yang masih harus diatasi. Fitriyani (2020) menemukan bahwa salah satu tantangan utama bagi UMKM adalah kesiapan digital mereka sendiri. Banyak UMKM di Indonesia belum memahami bagaimana memanfaatkan fitur-fitur Amazon secara optimal, seperti logistik, manajemen inventori internasional, dan pemenuhan standar kualitas yang dibutuhkan pasar global. Lebih lanjut, studi oleh Saraswati (2021) menegaskan bahwa dukungan

DAMPAK PENERAPAN E-COMMERCE AMAZON TERHADAP PENINGKATAN EKSPOR UMKM DI INDONESIA

pemerintah dalam menyediakan pelatihan, edukasi, dan fasilitas teknologi sangat penting agar UMKM dapat bersaing secara efektif di pasar global melalui platform e-commerce seperti Amazon.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan teknik deskriptif-analitis. Untuk menganalisis dampak penerapan e-commerce Amazon terhadap peningkatan ekspor UMKM di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena dapat meningkatkan pemahaman tentang perubahan yang terjadi dalam konteks e-commerce dan ekspor.

Data dikumpulkan melalui studi literatur, yang melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber sekunder yang telah dipublikasikan. Sumber-sumber ini termasuk jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian yang relevan, serta dokumen resmi dari organisasi dan lembaga pemerintah terkait. Pengumpulan data ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami berbagai perspektif mengenai dampak e-commerce terhadap UMKM di Indonesia. Kata kunci seperti "e-commerce", "Amazon", "ekspor", "UMKM", dan "Indonesia" digunakan secara sistematis dalam pencarian literatur. Google Scholar adalah salah satu database akademik yang digunakan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar dan aktual.

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan matriks review literatur yang memungkinkan pencatatan informasi penting dari setiap sumber, seperti nama penulis, tahun terbit, tujuan penelitian, metodologi, dan temuan utama. Untuk menjamin validitas dan reliabilitas hasil penelitian, teknik triangulasi sumber diterapkan, yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai jenis literatur. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas tentang dampak penerapan e-commerce Amazon terhadap peningkatan ekspor UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Definisi UMKM

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting untuk ekonomi sebuah negara, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Berdasarkan jumlah aset, tenaga kerja, dan pendapatan tahunan, kata "UMKM" mengacu pada jenis usaha

DAMPAK PENERAPAN E-COMMERCE AMAZON TERHADAP PENINGKATAN EKSPOR UMKM DI INDONESIA

yang memiliki skala kecil hingga menengah. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia mengatur definisi UMKM Untuk menyediakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan mendorong inovasi lokal, UMKM sangat penting. Selain itu, usaha kecil dan menengah (UMKM) meningkatkan perekonomian lokal dan berkontribusi besar pada PDB. Akses ke pembiayaan, teknologi, dan pasar yang kompetitif adalah masalah utama yang dihadapi UMKM. Untuk menjamin keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM dalam menghadapi dinamika global, pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat harus memberikan dukungan.

Platform E-Commerce Amazon

Secara umum, Amazon adalah salah satu situs e-commerce terbesar dan terkuat di dunia. didirikan oleh Jeff Bezos pada tahun 1994 sebagai toko buku online. Amazon telah berubah menjadi bisnis raksasa yang menawarkan berbagai produk dan layanan, termasuk e-book, perangkat keras, layanan streaming, layanan cloud, dan banyak lagi. Amazon menawarkan berbagai jenis produk dan layanan melalui platform e-commerce mereka yang berfungsi sebagai pasar daring. Salah satu fitur khas Amazon adalah kemampuan pengguna untuk mencari dan membeli berbagai produk dari berbagai penjual dan merek dengan cara yang mudah dan nyaman.

Amazon menyediakan berbagai metode pembayaran yang aman dan memungkinkan pengguna untuk melacak pesanan mereka secara real-time. Selain itu, Amazon Prime adalah program berlangganan yang menawarkan keuntungan tambahan kepada pelanggan, seperti pengiriman dua hari gratis untuk sejumlah besar produk, akses ke layanan streaming seperti Amazon Prime Video, dan banyak lagi. Amazon Prime telah menjadi bagian penting dari strategi Amazon untuk menjaga pelanggan tetap loyal dan mempromosikan penjualan tambahan. Amazon.com juga memprioritaskan produk dan layanan pelanggan, menurut Yuhdadi (2019). Amazon.com adalah situs web yang "user friendly" dengan banyak fitur dan website yang digabungkan untuk membuat pemasok yang berbeda dengan fitur seperti ulasan produk dan rekomendasi produk terkait. Amazon.com memiliki tampilan web yang lebih luas dan elegan, yang memberi kesan yang lebih baik.

Peningkatan Ekspor Melalui E-Commerce Amazon

Akses langsung ke jutaan pelanggan global merupakan salah satu keuntungan utama UMKM menjual produk secara ekspor melalui platform e-commerce Amazon. Produk dapat dikirim dengan cepat ke berbagai negara dengan dukungan infrastruktur logistik yang memadai. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk berkembang secara signifikan dengan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, Amazon memiliki jaringan logistik dan distribusi global yang canggih. Penjual dapat menyimpan produk mereka di gudang Amazon yang tersebar di berbagai negara dengan menggunakan layanan seperti Fulfillment by Amazon (FBA). Layanan ini meningkatkan proses pengiriman dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia pengiriman yang andal. Selain itu, berjualan melalui platform terkenal seperti Amazon menawarkan keuntungan dari segi visibilitas dan kepercayaan pelanggan karena pelanggan cenderung memiliki kepercayaan yang lebih besar dan merasa aman saat berbelanja di platform tersebut, sementara ulasan produk yang jelas meningkatkan kepercayaan. Semua ini dapat membuat pelanggan di seluruh dunia memilih barang yang ditawarkan.

Amazon memungkinkan penjual menyesuaikan strategi pemasaran mereka dengan budaya dan kebutuhan lokal, meningkatkan daya tarik produk untuk pelanggan di seluruh dunia. Selain itu, alat analisis canggih yang disediakan oleh platform Amazon membantu penjual memahami kinerja produk, tren pasar, dan perilaku pelanggan. Penjual dapat menggunakan data ini untuk membuat keputusan yang lebih baik tentang strategi pemasaran, pengelolaan stok, dan penyesuaian harga. Penjual dapat meningkatkan angka penjualan dan memperluas jangkauan merek mereka melalui ekspor ke platform global seperti Amazon.

Dengan menggunakan infrastruktur logistik yang memadai, visibilitas internasional, dan analisis pasar. UMKM memiliki peluang besar untuk memperluas bisnis mereka hingga ke tingkat internasional, tetapi UMKM juga perlu memahami aturan ekspor-impor yang berlaku dan memastikan kualitas layanan tetap terjaga agar mereka dapat membangun reputasi yang baik di pasar internasional. Pelaku UMKM dapat menemukan peluang baru, memasukkan produk mereka ke pasar global, dan menciptakan babak baru dalam pengembangan bisnis mereka di seluruh dunia dengan menggunakan platform seperti Amazon.

Dampak E-Commerce Amazon Terhadap UMKM

Dampak Positif :

- **Akses Pasar Global:** Amazon memberi akses pasar yang luas bagi UMKM untuk mendistribusikan barang mereka ke seluruh dunia. Hal ini memungkinkan UMKM meningkatkan visibilitas dan penjualan dengan mudah tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk pemasaran tradisional.
- **Logistik yang Terintegrasi:** Program Fulfillment by Amazon (FBA) membantu UMKM dalam manajemen logistik, mulai dari penyimpanan hingga pengiriman barang. Ini membuat proses distribusi lebih efisien dan cepat, sehingga pelanggan menerima pesanan mereka dengan lancar.
- **Analisis Data yang Membangun:** Fitur analitis di platform Amazon menyediakan insights tentang perilaku konsumen, tren penjualan, serta tingkat inventori. Informasi ini sangat berguna bagi UMKM untuk melakukan strategi bisnis yang tepat dan adaptif terhadap kondisi pasar yang dinamis.
- **Promosi Produk:** Fitur seperti Sponsored Ads dan Display Ads memungkinkan UMKM untuk meningkatkan promosi produk melalui iklan yang spesifik. Selain itu, fitur A+ Content juga memperbolehkan UMKM untuk menambahkan konten multimedia yang detail pada daftar produk, sehingga membuat produk menjadi lebih menarik.
- **Bantuan Finansial:** Amazon telah mengumumkan rencana untuk mendukung pertumbuhan UMKM dengan investasi sekitar \$15 miliar tahun ini. Bantuan ini termasuk program Small Business Awards dan dukungan lainnya untuk membantu UMKM tumbuh dan berkembang.

Dampak Negatif:

- **Biaya Penjual yang Tinggi:** Biaya penjual di Amazon sering kali mencapai 30% dari pendapatan jual beli independen, yang merupakan kenaikan dari 19% pada tahun 2014. Biaya ini bisa sangat sulit untuk ditutup oleh banyak usaha mikro kecil dan menengah, sehingga membuat sulit bagi mereka untuk bertahan lama.
- **Kekuasaan Monopoli:** Dominansi Amazon dalam pasar daring membuat para pedagang independen merasa tidak adil karena harus bersaing dengan gencarnya. Bahkan, survei menunjukkan bahwa hanya 11% pedagang yang berhasil sukses di platform tersebut.

DAMPAK PENERAPAN E-COMMERCE AMAZON TERHADAP PENINGKATAN EKSPOR UMKM DI INDONESIA

- Ketidak Transparan Algoritma: Pedagang-pedagang kecil sering kali merasa ketidakadilan dalam sistem algoritma penilaian ranking produk di Amazon. Ketidak Transparannya membuat sulit bagi mereka untuk memahami bagaimana cara meningkatkan posisi produk mereka.
- Tekanan Harga: Amazon memiliki kuasa besar dalam menentukan harga produk, bahkan sampai kepada produsen yang harus menawarkan diskon yang lebih rendah atau risiko akan disalahgunakan oleh kompetitor-kompetitor palsu.

Tantangan dan Peluang yang dihadapi UMKM terhadap Penerapan E-Commerce Amazon

Penerapan e-commerce, khususnya melalui platform global seperti Amazon, memberikan peluang besar bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk meningkatkan ekspor mereka. Salah satu keuntungan utama dari platform ini adalah akses ke pasar global yang lebih luas. Dengan adanya Amazon, UMKM tidak lagi terbatas pada konsumen lokal, melainkan dapat menjangkau pembeli di berbagai negara, yang pada gilirannya dapat meningkatkan volume penjualan mereka. Selain itu, dengan menjadi bagian dari platform e-commerce ini, mereka juga dapat membuat produk UMKM mereka lebih dikenal yang sangat penting dalam membangun merek dan menarik perhatian konsumen internasional. Amazon juga menyediakan berbagai sumber daya dan pelatihan bagi para penjual, membantu UMKM untuk memahami cara beroperasi di pasar global dan memanfaatkan teknologi yang ada.

Namun, di balik peluang tersebut, UMKM harus menghadapi banyak masalah Persaingan yang ketat adalah salah satu isu utama; UMKM harus bersaing dengan banyak pelaku usaha dari seluruh dunia yang menawarkan produk serupa. Ini dapat menyebabkan tekanan pada harga dan margin keuntungan. Selain itu, biaya pemasaran dan logistik yang tinggi seringkali menjadi hambatan besar bagi UMKM, yang umumnya memiliki keterbatasan modal. Biaya pengiriman internasional dan pemasaran di platform e-commerce dapat memakan porsi besar dari anggaran mereka, sehingga menyulitkan mereka untuk bersaing secara efektif. Tantangan lainnya adalah pemahaman tentang regulasi dan persyaratan ekspor yang sering kali rumit. Tanpa pemahaman yang mendalam, UMKM berisiko menghadapi masalah hukum yang dapat merugikan usaha mereka.

Untuk mengatasi tantangan ini, penting bagi UMKM untuk meningkatkan

DAMPAK PENERAPAN E-COMMERCE AMAZON TERHADAP PENINGKATAN EKSPOR UMKM DI INDONESIA

kapasitas teknologi mereka. Investasi dalam pelatihan digital dan pemanfaatan teknologi informasi akan membantu UMKM dalam memaksimalkan penggunaan platform e-commerce. Selain itu, membangun kemitraan dengan pihak ketiga yang memiliki pengalaman dalam bidang e-commerce dan logistik bisa menjadi langkah strategis untuk mendukung UMKM dalam memasuki pasar global. Pemerintah juga berperan penting dalam memberikan sosialisasi mengenai regulasi ekspor dan menyediakan program pendanaan yang dapat diakses oleh UMKM. Dengan dukungan yang tepat, UMKM memiliki kemampuan untuk mengatasi kendala saat ini dan memanfaatkan peluang e-commerce untuk meningkatkan ekspor mereka.

KESIMPULAN

Penerapan e-commerce melalui platform Amazon dapat menguntungkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia dalam mendapatkan lebih banyak pasar di seluruh dunia. Dengan jangkauan pelanggan yang luas dan infrastruktur logistik yang handal, Amazon memungkinkan UMKM untuk memperluas pangsa pasar mereka secara efektif. Kerja sama antara pemerintah dan Amazon, seperti yang dilakukan oleh Kementerian Perdagangan, dapat memperkuat upaya UMKM untuk memasuki pasar ekspor, terutama di kawasan Asia Tenggara.

Namun, tantangan tetap ada, terutama terkait dengan persaingan yang tidak seimbang jika Amazon meniru produk lokal dengan data dari penjual pihak ketiga. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk menetapkan regulasi yang adil guna melindungi UMKM lokal dari dampak negatif yang mungkin timbul akibat kehadiran raksasa e-commerce ini. Secara keseluruhan, dengan strategi yang tepat dan dukungan dari pemerintah, penerapan e-commerce Amazon dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekspor UMKM di Indonesia, memperkuat daya saing produk lokal di pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Asih, Endah Mustika. "Analisis pada Shopee sebagai E-Commerce Terpopuler di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika* 2.1 (2024): 73-79.
- Azizah, Khofifah Nur, and Rahman Amrullah. "Penggunaan Media Sosial Dan E-Commerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Potensi Ekspor

***DAMPAK PENERAPAN E-COMMERCE AMAZON TERHADAP
PENINGKATAN EKSPOR UMKM DI INDONESIA***

- Produk." *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi* 2.1 (2024): 178-188.
- Chusumastuti, Dhety, et al. "Gangguan digital dan transformasi ekonomi: menganalisis dampak e-commerce terhadap industri tradisional." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science* 1.03 (2023): 173-185.
- Darmastuti, Shanti, et al. "Peluang Dan Tantangan UMKM Di Indonesia Dalam Perkembangan e-Commerce: Studi Perbandingan Dengan UMKM Di Negara-negara ASEAN." *SOSIO DIALEKTIKA* 8.1 (2023): 42-65.
- Fahrozi, Irzi Ahmad, and Muhammad Irwan Padli Nasution. "Pentingnya peran e-commerce dalam mengembangkan bisnis." *Journal Of Informatics And Busines* 2.1 (2024): 115-120.
- Fathoni, Imam, and Nurul Asfiah. "Transformasi Digital Bisnis UMKM Di Indonesia Setelah Masa Pandemi." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4.3 (2024): 10219-10236.
- Hamanay, Nancy Diera, LUH Dina Ekasari, and Ahmad Mukoffi. "Dampak Covid-19 Terhadap Pendapatan UMKM Pada Pabrik Usaha Tahu Amda." *Jurnal Akuntansi Kompetif* 4.3 (2021): 263-269.
- Harisno, Harisno, and Tri Pujadi. "E-Business Dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan." *CommIT (Communication and Information Technology) Journal* 3.2 (2009): 66-69.
- Hizbandyah, Baiturrahmi Nur, et al. "Inovasi Amazon dalam Menerapkan Teknologi sebagai Strategi Bisnis terhadap Keunggulan Bersaing." *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)* 10.4 (2023).
- Mayzal, Tiondon, Heni Noviarita, and Ridwansyah Ridwansyah. "Sosialisasi Marketplace Dalam Upaya Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Tentang Penjualan Online di E-Commerce." *Jurnal Abdimas Bina Bangsa* 5.2 (2024): 934-944.
- Meirinaldi, Meirinaldi. "PERCEPATAN PERTUMBUHAN EKONOMI SEBAGAI DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL DAN PANDEMI COVID 19, SERTA TANTANGAN DAN PELUANGNYA DI INDONESIA." *JURNAL EKONOMI* 24.1 (2022): 16-24.

***DAMPAK PENERAPAN E-COMMERCE AMAZON TERHADAP
PENINGKATAN EKSPOR UMKM DI INDONESIA***

- Nurjaman, Kadar. "Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia." *Jurnal Abdimas Peradaban* 3.1 (2022): 34-40.
- Perkasa, Uly Nuha. "Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dan E-Commerce terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Literature UMKM)." *Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Logistik (JUMATI)* 2.2 (2024).
- Putra, Sadrakh Zefanya, Shasabila Titanie Harianto, and Yabes Christian Matondang. "Analisis Pengaruh E-Commerce: Studi Literatur Terhadap Pertumbuhan Ekonomi UMKM." *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer* 3.2 (2023): 119-131.
- Setyodewi, Hutanti, et al. "Inovasi Digital Model Rantai Pasok Pada Futuristik E-Commerce." *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT* 6.3 (2021): 194-202.