

---

---

# PENGARUH *E-COMERCE* TERHADAP PENDAPATAN

---

---

**Renny Lubis, ST,M.M**

Universitas Amir Hamzah

[rennyloebis@gmail.com](mailto:rennyloebis@gmail.com)

## **Abstrak**

Kemajuan dibidang teknologi, komputer, dan telekomunikasi mendukung perkembangan teknologi internet. Dengan internet pelaku usaha tidak perlu lagi mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi apapun, untuk menunjang aktifitas usahanya. Dalam perkembangan tersebut, perindustrian di Indonesia harus dapat menjawab tantangan tersebut dan mampu menjangkau perubahan sekitar yang berlaku maupun yang nanti akan berlaku. Hal ini berlaku untuk seluruh sub sektor industri termasuk industri makanan di Indonesia. Industri makanan adalah salah satu industri yang berkembang pesat di seluruh dunia termasuk Indonesia. Berbagai jenis makanan dengan tampilan menarik terus di produksi demi meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen. Hal ini tentu saja dimaksudkan agar mendapat margin keuntungan yang tinggi yang mana dalam pemasarannya pun tentu harus memenuhi hal tersebut. Untuk meningkatkan daya tarik konsumen, tentu memerlukan strategi pemasaran yang baik dan mengikuti arus globalisasi atau perkembangan zaman. Dalam arus globalisasi, jenis-jenis pemasaran sudah beragam. Salah satu yang paling sering diperbincangkan adalah pemasaran secara online baik melalui website tertentu atau melalui aplikasi tertentu. Seiring dengan perkembangan jaman, peningkatan teknologi menyebabkan pergeseran pola komunikasi antara produsen dan konsumen. Konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan dibeli dengan membandingkan produk sejenis menggunakan sarana informasi teknologi tanpa harus turun langsung ke lapangan seperti penjualan online. Solusi pemanfaatan teknologi tepat guna adalah berbisnis dengan teknologiyang dimiliki. Di dunia internet istilah “bisnis online” atau “technopreneur” saat ini sangatlah tidak asing. Peluang peluang positif yang menarik tersebar diberbagai website di Internet.

**Keyword** : E-Comerce, Pendapatan.

## I. PENDAHULUAN

Tujuan kebijakan ekonomi adalah menciptakan kemakmuran. Salah satu ukuran kemakmuran terpenting adalah pendapatan. Kemakmuran tercipta karena adanya kegiatan yang menghasilkan pendapatan. Ada juga pendapatan dari harta, tetapi harta adalah akumulasi dari kegiatan sebelumnya. Pendapatan adalah suatu hasil yang kita peroleh dari proses jual-beli, baik barang maupun jasa. Dunia nyata merupakan titik awal analisis ekonomi. Proses jual-beli yang meningkatkan pendapatan pada dasarnya dapat mengurangi masalah kesenjangan yang ada antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengetasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Salah satu indikator untuk mengubah perubahan struktur ekonomi adalah distribusi kesempatan kerja menurut sektor. Pergeseran kesempatan kerja dari sektor pertanian ke sektor industri merupakan gejala industrialisasi. Pembangunan perindustrian di Indonesia pada Era Otonomi daerah harus dapat menjawab segala tantangan globalisasi ekonomi dunia dan mampu menjangkakan perkembangan perubahan sekitar. Era globalisasi ekonomi yang disertai dengan perkembangan pesat teknologi, telah memberi kesan kepada persaingan yang sangat hebat di kalangan pengusaha-pengusaha dan seterusnya mengakibatkan perubahan ekonomi dunia yang sangat pesat. Selain itu, Dalam penjualan produk juga harus menerima kenyataan akan perkembangan teknologi yang cenderung akan berdampak pada margin keuntungan Internet membuat channel baru untuk komunikasi interaktif antara konsumen, penjual, dan rekan bisnis lainnya. Hal ini memungkinkan perusahaan berinteraksi dan bekerja sama secara terus menerus dalam pengembangan produk, pemasaran, pengiriman, pelayanan, dan dukungan teknik. E-commerce belakangan ini digemari oleh kalangan produsen baik besar maupun kecil serta penjual eceran umumnya. Hal ini karena promosi melalui media online lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya. E-commerce mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi. E-commerce adalah

suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (business to business) dan konsumen langsung (business to consumer), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan. Dalam konteks bisnis, internet membawa dampak transformal yang menciptakan paradigma baru dalam bisnis. Internet memiliki beberapa daya tarik keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi. Internet juga merupakan media elektronik mutakhir yang menunjang e-commerce dan mengalami peningkatan yang pesat. Internet memberikan banyak kemudahan dalam melakukan proses pemasaran.

## II. LITERATURE REVIEW

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal (Kieso, Weygandt, dan Warfield). Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah imbalan atau hasil dari kerja (usaha dan sebagainya). Sedangkan dalam Pernyataan Standar Akutansi Keuangan (PSAK) Nomor 23 Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal. Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Dengan kata lain pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Pendapatan adalah suatu yang sangat penting dalam setiap perusahaan. Tanpa adanya pendapatan mustahil akan didapat penghasilan atau earnings. Pendapatan adalah hasil yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dikenal atau disebut

penjualan, penghasilan jasa (fees), bunga deviden, loyalty dan sewa. Pendapatan selain itu juga dapat didefinisikan sebagai penghasilan dari usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atas jasa diikuti biaya-biaya sehingga diperoleh laba kotor.

Electronic commerce (EC) merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual-beli barang atau jasa dengan menggunakan World Wide Web Internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi. E-commerce merupakan transaksi yang dilakukan secara elektronik, salah satu media yang digunakan dalam e-commerce adalah internet. Menurut Karmawan (Jauhari) e-commerce adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (*business to business*) dan konsumen langsung (*business to consumer*), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan.

### **III. RESEARCH QUESTIONS**

Penelitian ini meneliti tentang seberapa besar pengaruh e-commerce terhadap pendapatan dalam proses penjualan produk.

### **IV. METODE PENELITIAN**

#### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian,

analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## **2. Sifat Penelitian**

Dilihat dari sifatnya penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang sedang berlaku, di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis, dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Karena dalam penelitian ini memberikan gambaran tentang pengaruh dari E-commerce dan berapa persen mempengaruhinya.

## **3. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Dalam usaha untuk mencari kebenarannya, penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif merupakan data yang penyajiannya dalam bentuk angka yang baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan data kualitatif menjadi kuantitatif, sementara data kualitatif merupakan serangkaian informasi yang digali dari hasil penelitian masih merupakan fakta-fakta verbal, atau berupa keterangan-keterangan saja. Data ini dapat menjadi data kuantitatif setelah dilakukan pengelompokan sedemikian rupa dan dinyatakan dalam satuan angka.

### **2. Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan penulis adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer Sumber data dalam penelitian adalah “subjek dari mana data dapat diperoleh”. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan.
- b. Data Sekunder Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel dari surat kabar, tulisan ilmiah, keterangan-keterangan atau publikasi dari internet yang dapat memberikan informasi bagi

penelitian yang diperoleh dari penelitian kepustakaan atau literature yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

## V. DISCUSSION

Electronic Commerce (E-Commerce) adalah suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronik yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet (teknologi berbasis jaringan digital) sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (business to business) dan konsumen langsung (business to consumer), melewati kendala ruang dan waktu yang selama ini merupakan hal-hal yang dominan. Menurut teori ini, faktor terpenting yang mewujudkan peningkatan ekonomi bukanlah penambahan modal dan penambahan tenaga kerja. Faktor yang paling penting adalah kemajuan teknologi, penambahan kemahiran dan kepakaran tenaga kerja. Sehingga penelitian ini sejalan dengan teori yang ada, dimana e-commerce ini memberikan pengaruh yang positif terhadap peningkatan pendapatan. Electronic Commerce (E-Commerce) menawarkan kemudahan dalam pemasaran di dunia bisnis yang akan memudahkan para pelaku bisnis atau usaha kecil menengah untuk meningkatkan pemasaran dalam produknya. Pemasaran merupakan ujung tombak dari serangkaian kegiatan usaha yang bergerak dalam bidang jasa ataupun barang. Pemasaran juga sangat menentukan apakah usaha yang di jalankan menghasilkan laba atau tidak. Pemasaran yang dimaksud adalah penggunaan media internet sebagai Electronic Commerce (E-Commerce) dimana pelaku usaha dapat memasarkan dan menjual produknya dengan menggunakan sarana internet atau disebut dengan Electronic Commerce (E-Commerce). Dari peningkatan pemasaran dan penjualan produk inilah yang akan memicu terjadinya peningkatan pendapatan yang diperoleh oleh produsen. Electronic Commerce (E-Commerce) ini juga sangat berdampak baik untuk kemajuan bisnis dimana produsen dapat selalu mengembangkan produknya dan mendapat kepercayaan tersendiri oleh konsumen sehingga baik untuk kelangsungan usaha tersebut. Selain itu, dengan

menggunakan sistem ini para pengusaha dapat bertukar informasi dalam hal bisnis sehingga dapat memajukan usahanya serta memperluas jaringan bisnis. Dalam pandangan ekonomi Islam sendiri, untuk memperoleh harta diharuskan sesuai dengan etika bisnis Islam dimana artinya semuanya cara boleh dilakukan seperti halnya menggunakan e-commerce untuk meningkatkan pendapatan setiap pengusaha dan memperluas usahanya. Sehingga seiring dengan perkembangan jaman, pengguna internet di seluruh dunia kian makin bertambah, pemasaran dan penjualan melalui media Electronic Commerce (E-Commerce) diharapkan dapat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya

## **VI. KESIMPULAN**

1. Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) terhadap peningkatan pendapatan bernilai positif karena adanya e-commerce membuat pendapatan pemilik usaha meningkat dibandingkan sebelum menggunakannya, seperti adanya keadilan bagi setiap konsumen baik secara offline maupun online, adanya sikap tanggung jawab bagi produsen terhadap konsumen, dan kebebasan pada setiap produse nsehingga bersaing secara sehat dan tidak saling menjatuhkan.
2. Bagi pemerintah, maupun masyarakat untuk terus memberikan pelatihan khususnya pelatihan penggunaan teknologi bagi para produsen agar terus dapat mengembangkan usahanya dan dapat meningkatkan omset penjualan dan untuk terus mencintai dan membantu mempromosikan produk hasil daerahnya.

## **REFERENCES**

Case , Karl E., Ray C. Fair, 2007, Prinsip-prinsip Ekonomi, Edisi Kedelapan, Jakarta : Erlangga

Departemen Pendidikan Nasional, 2011, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta : Gramedia

Dewan Standar Akuntansi Keuangan, 2009, Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan tentang Pendapatan No.23, Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia

Djakfar Muhammad, 2008, Etika Bisnis Islami: Tataran Teoritis dan Praktis, Malang: UIN Malang Press

Karmawan , I Gusti Made, Arta Moro Sundjaja, Devyano Luhukay, 2010, “Analisis dan Perancangan E-commerce PD. Garuda Jaya”. (Makalah yang disampaikan pada Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi, yang diselenggarakan oleh Binus University, Yogyakarta

Karmawan , I Gusti Made, 2014, “Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis E-Commerce Pada Perusahaan Amazon.com” ComTech, Vol. 5 No.2

Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, 2013, Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif, Bandung: Alfabeth

Kieso, Weygandt, dan Warfield, 2011, Akuntansi Intermediate, Edisi Kedua Belas, Jakarta :Erlangga Madnasir dan Khoirudin, “Etika Bisnis Islam”, 2011, Bandar Lampung Seksi Penerbit Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung

Sholihin, Ahmad Ihfan, 2010, Buku Pintar Bank Syariah Jakarta : PT. Gramedia  
Pustaka Utama S, Munawir , 2002 Analisis Laporan Keuangan , Yogyakarta : Liberty

Sugiono, 2013, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan-15, Bandung : Alfabeta

Supranto , J, 2008, Statistik Teori dan Praktik, Edisi Ketujuh, Jakarta : Erlangga, 2008

Tarigan , Robinson, 2005, Ekonomi Regional , Jakarta: Bumi Aksara