

**Analisis Penerapan Sistem E-Commerce Pada Warmindo Abang Adek Di Jakarta Barat**

Regina Rizky Amaliah<sup>1</sup>, Widiyono<sup>2</sup>, Anita Maulina<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM, Jakarta

<sup>23</sup>Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM, Jakarta

**Abstract.**

*In the current technology, there is a competition between traditional business have contributed to developing its effort through technology. The growing competition among small businesses pushes each traditional entrepreneur and implementing online sales to the current businesses listed. The purpose of this research is to know and analyze how the practices of the e-commerce system, constraints in the application of the e-commerce system, and find out what is the solution to overcoming obstacles to the Warmindo Abang Adek Jakarta. The method used by researchers is an in-depth interview method of business owners Warmindo Abang Adek Jakarta. Based on the results of the research, the e-commerce application on Warmindo Abang Adek Jakarta concurs with e-commerce and conventionally. The application of e-commerce has a contributing role in sales volume and competition. Therefore, Warmindo Abang Adek Jakarta has been listed as a go-food partner since 2016 which was the first known to the public, but the owners don't understand the e-commerce system. forasmuch any online business or place will run smoothly if the owner understands the cooperation current system. From this research, it can be known that it's important to overcome obstacles to Warmindo Abang Adek efforts. Optimizing online sales by using an application system to boost sale and evaluate online sales strategies must keep going*

**Keywords:** *Green Marketing; Consumer Behaviour; Brand Image*

*Cronicle of Article: Received (01,12,2020); Revised (15,12,2020); and Published (31,12,2020).*

*©2021 Jurnal Administrasi Bisnis, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM*

**Profile and corresponding author:** Regina Rizky Amaliah adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10530. Corresponding Author: [reginarizkyamaliah@gmail.com](mailto:reginarizkyamaliah@gmail.com)

**How to cite this article :** Amaliah, RR., Widiyono., & Maulina, A (2021) 'Analisis Penerapan Sistem E-Commerce Pada Warmindo Abang Adek Di Jakarta Barat', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(1), pp. 12–17. Available at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

**PENDAHULUAN**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Dengan UMKM ini, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Sektor UMKM telah dipromosikan dan dijadikan sebagai agenda utama pembangunan Indonesia. Dalam era perekonomian saat ini

telah berkembang dengan pesat, seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih. Dalam era teknologi saat ini, persaingan antar usaha tradisional pun ikut andil mengembangkan usahanya melalui teknologi. Adanya persaingan yang semakin ketat antar usaha kecil pun mendorong setiap pengusaha tradisional, menerapkan penjualan online terhadap usaha yang dijalankan, sehingga usaha dapat tetap eksis untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkannya. Setiap usaha pastilah mempunyai tujuan yang sama yaitu memperoleh laba/keuntungan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut tidaklah mudah karena hal itu dipengaruhi beberapa faktor, dan pemilik usaha itu harus mampu untuk menangani faktor-faktor tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu mengenai penetapan strategi pemasaran yang tepat dengan melihat apa yang diinginkan konsumen, dan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih, karena hal tersebut sangat berpengaruh terhadap laba yang diperoleh usaha yang dijalankan. Apabila strategi yang di terapkan berjalan lancar maka tujuan dari usaha dapat tercapai, tetapi apabila strategi yang diterapkan tidak berjalan dengan lancar maka tujuan dari usaha itu sendiri tidak akan tercapai. Sedangkan kelancaran usaha itu sendiri dipengaruhi oleh berhasil/tidaknya strategi penjualan yang diterapkan.

Karena luasnya permasalahan yang ada dan terbatasnya waktu, maka penelitian ini hanya dibatasi pada penelitian pada penerapan sistem go food pada usaha Warmindo Abang Adek.

Berdasarkan perumusan penelitian tersebut maka tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana penerapan sistem e-commerce pada Warmindo Abang Adek Jakarta; (2) Untuk mengetahui dan menganalisis apa yang menjadi kendala dalam penerapan sistem e-commerce pada usaha Warmindo Abang Adek; dan (3) Untuk mengetahui dan menganalisis apa yang menjadi solusi untuk mengatasi kendala pada usaha Warmindo Abang Adek.

## LITERATUR REVIUW

Pemerintah memberikan perhatian lebih pada UMKM karena dari situlah tumpuan hidup terbesar rakyat Indonesia. Dalam sejarah perekonomian Indonesia, UMKM adalah kelompok usaha dengan jumlah terbesar dan terbukti handal menghadapi guncangan krisis ekonomi. Kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM diatur dalam payung hukum. Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, terdapat beberapa kriteria yang dipergunakan untuk mendefinisikan pengertian dan kriteria UMKM.

Berdasarkan Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), yang dimaksud dengan usaha kecil termasuk Usaha Mikro adalah entitas usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000. Sementara itu, Usaha Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000 - Rp.10.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Ada beberapa pendapat mengenai pengertian UMKM yang dikemukakan oleh beberapa ahli yang kelihatannya berbeda, dari segi yang berbeda-beda.

Menurut Bank Indonesia dalam Aufar (2014:9) : Usaha kecil adalah usaha produktif milik warga negara Indonesia, yang berbentuk badan usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha berbadan hukum seperti koperasi; bukan merupakan anak perusahaan atau cabang yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi, baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp. 200.000.000 per tahun, sedangkan usaha menengah, merupakan usaha yang memiliki kriteria aset tetapnya dengan besaran yang dibedakan

antara industry manufaktur (Rp. 200.000.000 - Rp. 500.000.000) dan non manufaktur (Rp. 200.000.000 s.d. Rp. 600.000.000).

Di tengah perkembangan teknologi yang berkembang bisnis sangat dimudahkan/diuntungkan dalam menjual produknya. Dengan adanya teknologi antara penjual dan pembeli tidak harus bertatap muka. Oleh karena itu, hanya pedagang yang pandai memanfaatkan teknologi itu yang bisa eksis dan berkembang. Pada Warmindo Abang Adek sedang dalam masa berkembang menggunakan gabungan strategi pemasaran tradisional dan teknologi. Usaha Warmindo Abang Adek sudah mulai melakukan strategi pemasaran yang modern sejak adanya Go-Jek untuk bersaing meningkatkan penjualan dan bersaing dengan usaha lain.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif tidak untuk mencari atau menjelaskan hubungan, demikian juga tidak untuk menguji hipotesis. Penelitian ini tidak untuk membuat prediksi. Sifat penelitian deskriptif adalah *ex post facto*, yakni peneliti sebagai pengamat, hanya membuat kategori perilaku, mencatat gejala, tidak melakukan pengaturan atau memanipulasi variable. Untuk tercapainya suatu penelitian, maka diperlukan data yang mempunyai validitas tinggi. Adapun yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Wawancara adalah Wawancara dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan sumber data. Wawancara langsung diadakan dengan orang yang menjadi sumber data dan dilakukan tanpa perantara, baik tentang dirinya maupun tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan dirinya untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Wawancara pada penelitian ini menggunakan wawancara secara terstruktur. Penggunaan metode dimaksudkan untuk mengumpulkan data tentang sikap pemilik usaha dalam penerapan e-commerce dalam mengembangkan usaha pada usaha kecil bernama Warmindo Abang Adek, data ini akan diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usahanya sendiri.

Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh. Adapun analisis datanya sebagai berikut:

1. Reduksi Data (data reduction). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok. Memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang telah terkumpul, kemudian mereduksi data. Pada tahap ini peneliti menyortir data dengan cara memilih mana data yang menarik, penting, dan berguna. Adapun data yang dirasa tidak dipakai ditinggalkan.
2. Penyajian data (data display). Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, pie card, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami. Yaitu usaha mengorganisasi dan memaparkan data secara menyeluruh guna memperoleh gambaran secara lengkap dan utuh.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Penerapan Sistem E-commerce pada usaha Warmindo Abang Adek**

E-commerce merupakan suatu sistem yang menggunakan jaringan internet, yang digunakan untuk mempermudah penjualan secara online, dan efektif. Peningkatan penerapan e-commerce dapat tercapai apabila pengguna memahaminya saat berjalan.

Pada umumnya suatu usaha yang berhasil adalah usaha yang melaksanakan suatu strategi pemasaran dan sistem yang berorientasi kepada kenyamanan konsumen, karena usaha inilah yang mampu menguasai pasar dalam jangka panjang. Kepuasan konsumen diperoleh setelah kebutuhan dan keinginan konsumen dipenuhi melalui strategi pemasaran dan sistem penjualan yang benar. Dengan demikian usaha akan mendapatkan hasil penjualan yang maksimal serta keinginan konsumen, kepuasan konsumen, tujuan usaha dapat tercapai.

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan, pemilik usaha terbantu dengan adanya jasa pengantar makanan secara online, tapi ada beberapa temuan yang membuat peneliti tertarik yaitu sikap pemilik usaha yang kurang mencermati sebagai pengguna salah satu penyedia jasa pesan antar secara online. Pemilik usaha mengaku memang tidak pernah mendaftarkan atau bergabung dengan mitra gojek maupun grab, namun penyedia jasa tersebut yang memasukan dan datang sendiri ke usaha Warmindo Abang Adek, akan tetapi pemilik usaha menolak dikarenakan perjanjian yang ditawarkan yaitu pihak penyedia jasa meminta keuntungan 20% dari hasil penjualan tersebut.

Dari hasil wawancara dan pengamatan penulis, hambatan ataupun kendala yang dihadapi oleh Warmindo Abang Adek dalam penerapan sistem e-commerce antara lain menyangkut produk, kurangnya pemahaman teknologi sistem, dan pelayanan, struktur organisasi yang belum jelas, dan manajemen keuangan yang masih tradisional. Dari sisi produk, kurangnya inovasi dalam produk yang dijual, hal tersebut bisa menimbulkan kebosanan dari pelanggan dan sangat gencar dari produk tiruan merupakan ancaman bagi perkembangan usaha Warmindo Abang Adek.

Upaya yang dilakukan oleh Warmindo Abang Adek untuk mengatasi hambatan atau kendala yang di hadapi diantaranya adalah bekerja sama dengan PT Sambal ABC, melakukan pembayaran cash dengan sistem pemesanan online pada usahanya, memikirkan penambahan menu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Peningkatan dilakukan terutama dalam penyelesaian masalah, keluhan/klaim yang dirasakan oleh konsumen.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Penerapan sistem e-commerce pada Warmindo Abang Adek sampai saat ini berjalan dengan lancar, namun pemilik usaha tidak memahami sistem tersebut, hanya mengetahui tentang pembagian hasilnya saja. Meskipun begitu, dengan pemesanan online yang masih berjalan dapat membantu usaha Warmindo Abang Adek mempertahankan usahanya. Hal ini terlihat dalam pengamatan penelitian penulis dilokasi masih banyak driver yang mengambil orderan di Warmindo Abang Adek. Mengoptimalkan penjualan secara online bagar penjualan warmido abang adek mengalami peningkatan seperti tahun sebelumnya, serta evaluasi terhadap strategi pemasaran online harus terus dilakukan karena dengan hal ini warmindo abang adek dapat memperluas cakupan area konsumennya. Caranya yaitu dengan tetap memakai penjualan online agar bisa mencari pelanggan yang lebih banyak bukan hanya pada disekitar lingkungan usaha saja.

Hambatan atau kendala yang dihadapi oleh Warmindo Abang Adek meliputi teknologi, pemilik usaha kurang memahami sistem penjualan secara online, serta pelayanan yang kurang memuaskan, struktur organisasi belum jelas siapa yang bertanggung jawab atas

jobdesk masing-masing, kemudian manajemen keuangan yang masih tradisional. Dan belum terdapat peningkatan penjualan yang signifikan pada Warmindo Abang Adek karena strategi pemasaran online yang diterapkan belum optimal. Lebih mengikuti perkembangan zaman dan membiasakan untuk mengikuti perubahan akan teknologi dengan cara tetap melakukan penjualan secara online melalui cash, serta mencoba pembayaran dengan *digital payment* (non tunai). Caranya bisa dengan mencoba memakai *digital payment* seperti ovo, go-pay, dll.

Melakukan upaya inovasi produk, karena produk warmindo abang adek sangat mudah untuk di tiru, hal ini dilakukan guna mengatasi persaingan dalam bisnis. Menu makanan disesuaikan dengan pangsa pasar kalangan remaja terutama yang sedang menjadi tren saat ini, dan mencoba menciptakan menu lain yang berbeda dari sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aeker, David A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi, Edisi ke delapan*. Jakarta: Salemba Empat
- AhmadidanHermawan. (2013). *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Anggara, Sahya. (2012). *Ilmu Administrasi Negara*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Assauri, Sofjan (2017). *Manajemen Pemasaran*. Depok: RajaGrafindo.
- Brantas. (2009). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Daryono. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- David, Fred R. (2010). *Strategic Management Strategis Konsep. Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Wijaya. (2018). *Akuntansi UMKM*. Yogyakarta: Gava Media
- Ernie Tisnawati Sule, Saefullah Kurniawan. 2018. *Pengantar Manajemen (Edisi Pertama)*. Depok: Prenadamedia Group
- Fahmi, Irham. (2011). *Analisa Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta
- Feriyanto dan Andri. (2015). *Pengantar Manajemen (3 in 1)*. Kebumen: Mediaterra
- Hasibuan, SP Malayu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia (edisi revisi)*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Ismail Solihin. (2010). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller Lane. (2013). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Laksana, Muhammad Fajar. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama
- Lestari, Endah Prapti. (2011). *Pemasaran Strategik, Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosisarekatan media.
- Prawirosentoso, Suyadi dan Dewi, Primasari. (2014). *Manajemen Strategik & Pengambilan Keputusan Korporasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- S, Anwar, Sudirman. (2015). *Management Of Student Development*. Tembilah Riau: Yayasan Indragiri
- Sondang Siagian. (2014). *Administrasi Pembangunan, konsep, dimensi, dan strateginya*. Jakarta: Bumi Aksara

- Sugiyono.(2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sumarni, Murti dan Jhon Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan) Edisi ke 5*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Sunarso, Sisiwanto. (2009). *Hukum Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta:PT. Raja Grafindo.
- Sri Julianti. (2017). *Mastering Packaging for E-commerce (strategi dan teknik mengemas produk secara aman dan mengesankan)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Tulus Tambunan. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia : Isu-isu Penting*.Jakarta: LP3ES
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. 2011. *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global, Edisi 1*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Widiyono dan Mukhaer Pakkanna. (2013). *Pengantar Bisnis Respon Terhadap Dinamika Global, Edisi 2*. Jakarta: Mitra Wacana Media.