



Analisis Dari Dampak Yang Terlihat Pada Perkembangan E-Commerce Di Era Digitalisasi Dan Rantai Pasok Logistik

Sabila Cintania Yamanda¹, Bagas Pragat Pamungkas², Bagas Permana³, Billy Hendrawan⁴, Siti Sahara⁵

1,2,3,4,5. Universitas Negeri Jakarta

Abstract

Received: 11 Juli 2023

Revised: 26 Juli 2023

Accepted: 30 Juli 2023

Perkembangan pesat teknologi dan adopsi yang luas dari perdagangan elektronik (e-commerce) telah mengubah Pandangan bisnis secara signifikan, termasuk dalam rantai pasok logistik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh e-commerce terhadap perubahan dalam rantai pasok logistik dan mengidentifikasi dampaknya pada berbagai aspek operasional dan manajerial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui studi literatur dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi e-commerce telah memberikan pengaruh yang signifikan pada rantai pasok logistik. Secara khusus, terdapat perubahan dalam perspektif persediaan, distribusi, transportasi, dan pengelolaan informasi. E-commerce telah mempengaruhi pola permintaan pelanggan, mempercepat siklus pesanan, dan memperluas jangkauan geografis. Pelaku bisnis harus mengadopsi strategi yang inovatif, seperti peningkatan otomatisasi, penggunaan teknologi pelacakan dan pelaporan real-time, serta kemitraan yang kuat dengan penyedia logistik eksternal

Keywords: *Perdagangan Elektronik, Rantai Pasok Logistik, Teknologi, dan Digitalisasi*

(*) Corresponding Author: bagaspragat104@gmail.com

How to Cite: Yamanda S C, Pamungkas B P, Permana B, Hendrawan B, & Sahara S. (2023). Analisis Dari Dampak Yang Terlihat Pada Perkembangan E-Commerce Di Era Digitalisasi Dan Rantai Pasok Logistik. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8218081>

INTRODUCTION

Logistik adalah aliran barang atau jasa mulai dari sumber sampai tujuan yang meliputi proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aliran yang efisien dan efektif dari barang atau jasa dan informasi terkait mulai dari titik asal sampai titik penggunaan untuk memenuhi keperluan pelanggan. Fokus logistik adalah aliran barang atau jasa dengan tujuan menyediakan barang dengan jumlah yang tepat, waktu yang tepat, lokasi yang tepat, dan biaya yang tepat. Kegiatan utama logistik adalah pengadaan, penyimpanan, persediaan, pengangkutan, pergudangan, pengemasan, keamanan, serta penanganan barang dan jasa baik dalam bentuk bahan baku, barang antara, dan barang jadi (Bantacut & Fadhil, n.d.). Rantai pasok logistik merupakan salah satu elemen kunci dalam operasional bisnis yang efisien. Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan pesat teknologi dan adopsi yang luas dari perdagangan elektronik (*e-commerce*) telah membawa perubahan yang signifikan dalam cara bisnis beroperasi. Peran logistik menjadi penting dalam memenuhi pasar ritel modern tersebut, yang mencakup pengelolaan inventori, pengelolaan sistem

informasi, pengelolaan pergudangan, dan transportasi (Trina Fizzanty² dan Kusnandar, n.d.). E-commerce telah mengubah cara pelanggan berbelanja, berinteraksi dengan merek, dan melakukan transaksi.

Pentingnya memahami pengaruh *e-commerce* terhadap perubahan dalam rantai pasok logistik menjadi semakin penting bagi perusahaan untuk tetap kompetitif dan memenuhi tuntutan pelanggan yang terus berkembang. Oleh karena itu, analisis mengenai dampak *e-commerce* pada rantai pasok logistik sangat relevan.

Salah satu aspek penting yang terpengaruh adalah perspektif persediaan. *E-commerce* telah mengubah pola permintaan pelanggan, mempercepat siklus pesanan, dan mempengaruhi strategi persediaan. Permintaan yang fluktuatif dan tak terduga dalam *e-commerce* menuntut fleksibilitas dalam mengelola persediaan agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan cepat dan akurat.

Selain itu, *e-commerce* juga mempengaruhi proses distribusi dan transportasi dalam rantai pasok logistik. Jangkauan geografis yang luas dalam *e-commerce* mendorong perlunya infrastruktur distribusi yang efisien dan dapat menangani volume pengiriman yang meningkat. *E-commerce* juga mendorong terciptanya model pengiriman yang inovatif, seperti pengiriman *same-day* atau *next-day*, yang menuntut kecepatan dan ketepatan dalam pengiriman produk kepada konsumen. Dengan seperti itu, maka dalam hal ini transportasi juga memiliki peran penting dalam dunia *E-commerce*. Kesenambungan ketersediaan layanan transportasi adalah penting karena fungsi strategis transportasi adalah untuk menciptakan stabilitas dan kontinuitas kegiatan masyarakat dan roda pemerintah (Sahara et al., 2021).

Selain perubahan dalam aspek operasional, *e-commerce* juga mempengaruhi pengelolaan informasi dalam rantai pasok logistik. Dalam lingkungan *e-commerce*, informasi yang akurat dan *real-time* menjadi sangat penting untuk melacak pesanan, mengelola inventaris, dan memantau pengiriman. Teknologi yang terkait dengan *e-commerce*, seperti sistem manajemen pesanan (OMS) dan teknologi pelacakan barang (tracking), memainkan peran penting dalam memastikan informasi logistik yang terkini dan dapat diakses dengan mudah.

Dalam konteks ini, analisis yang komprehensif mengenai pengaruh *e-commerce* terhadap perubahan dalam rantai pasok logistik menjadi sangat penting. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak dan implikasi *e-commerce* pada persediaan, distribusi, transportasi, dan pengelolaan informasi dalam rantai pasok logistik. Hasil analisis ini akan memberikan wawasan penting bagi para profesional logistik dan perencana bisnis dalam mengembangkan strategi yang sesuai untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang dihadapi dalam era *e-commerce* yang terus berkembang.

METHODS

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis pengaruh *E-commerce* terhadap perubahan dalam rantai pasok logistik. Pendekatan kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk memperoleh wawasan yang mendalam dan pemahaman yang komprehensif terkait isu-isu yang muncul dalam hal ini. Dalam penelitian ini data yang digunakan yaitu dengan cara studi literatur

dan analisis dokumen yang terkait. Sumber-sumber ini akan digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang baik mengenai penelitian ini.

RESULTS & DISCUSSION

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki lahan besar dalam geliat *e-commerce* setiap tahunnya. Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis *e-commerce* meningkat dengan pesat seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi dan banyaknya orang yang mengakses internet. Pertumbuhan perdagangan online yang sangat tinggi itu berkaitan dengan beberapa komponen penting di dalamnya, salah satunya adalah logistik. Logistik lebih dari sekedar pengiriman barang ke konsumen. Istilah logistik mencakup aspek yang jauh lebih luas seperti pergudangan, manajemen inventori, penagihan, pengemasan, label, pengiriman, *cash on delivery*, pembayaran, dan masih banyak lagi. (Tiara Safitri, 2019)

Supply Chain Management merupakan suatu sistem yang terdiri dari aktivitas, informasi, organisasi, sumber daya manusia, dan sumber daya lainnya yang terlibat dalam kegiatan *Supply Chain Management*. Selain itu, *Supply Chain Management* juga merupakan mekanisme untuk meningkatkan produktivitas perusahaan melalui optimalisasi aliran waktu, lokasi, dan kuantitas material.

Dengan pesatnya peningkatan permintaan konsumen dan beberapa gangguan yang dapat terjadi pada proses *supply*, maka *supply chain management* sangat diperlukan dalam menyesuaikan lingkungan bisnis yang ada. bahwa untuk menciptakan keunggulan kompetitif di bidang industri pertahanan diperlukan sumber daya individu yang bekerja sama untuk menciptakan kemampuan organisasi yang terintegrasi. (Thomas Dolfinus Fanulene, 2022)

Manajemen Rantai Pasok berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja industri pertahanan. *Supply Chain Responsiveness* didefinisikan sebagai kemampuan kecepatan rantai pasokan dalam mengantisipasi perubahan permintaan konsumen. Manajemen rantai pasok mempunyai perbedaan antara memiliki produk dan memiliki akses, dan antara menggunakan bahan dan mengkonsumsinya. Manajemen Rantai Pasok sering mempromosikan penggunaan model dimana produsen atau pengecer semakin mempertahankan kepemilikan produk mereka dan jika mungkin, bertindak sebagai penyedia layanan, yaitu mereka menjual penggunaan produk, bukan konsumsi satu arah atau kepemilikan. (Jayawati et al., 2020)

E-commerce yang terus berkembang seiring perubahan zaman dan pola pikir masyarakat yang semakin modern. Transaksi jual beli dapat dilakukan dimana saja kapanpun melalui *online*, yang dimana tren ini mengedepankan perkembangan teknologi dan informasi secara seimbang. Dari perkembangan ini pastinya memiliki dampak positif dan negatif, berikut ini keuntungan yang ditawarkan atau dampak positif dari tren *E-commerce*:

1. Jangkauan pasar lebih luas

Tidak ada yang tidak mungkin selama ada gadget, perangkat komputer dan kuota internet mungkin benar. Bagi orang yang melakukan transaksi *E-commerce*, tinggal klik dari genggam saja. Jangkauan pasar yang diberikan lebih luas baik skala nasional atau internasional. Pelaku usaha bisa membidik pasar yang lebih luas karena jumlah penduduk di Indonesia lebih dari 267 juta jiwa. Sedangkan

konsumen bisa lebih mudah memilih mana penjual yang kredibel dengan penawaran harga lebih murah.

2. Meningkatkan pendapatan dan mengurangi risiko biaya-biaya lain

Pelaku usaha bisa meningkatkan pendapatan perusahaan lebih besar dibandingkan usaha konvensional yang harus dipotong banyak biaya administrasi, misalnya gaji karyawan, biaya sewa toko, biaya iklan *offline*, dan lain-lain. Dari sisi pembeli *E-commerce*, jual beli *online* berdampak positif pada pengurangan biaya perjalanan, tenaga, dan waktu.

3. Pelayanan lebih maksimal ke konsumen

Pelayanan yang diberikan *E-commerce* sanggup menciptakan kedekatan dengan konsumen lewat komunikasi yang lebih bagus. Komunikasi penjual dan konsumen tidak dipengaruhi oleh faktor geografis. Penjual bisa langsung membidik pangsa pasar yang diinginkan tanpa harus menggunakan jasa perantara lagi. Mata rantai pendapatan akan lebih singkat sehingga tingkat kenyamanan konsumen lebih tinggi.

4. Kemudahan dan fleksibilitas belanja

Dari segi kemudahan dan fleksibilitas belanja, *E-commerce* sangat menunjang produktifitas para konsumen. Mereka tak perlu lagi pergi ke tempat belanja konvensional sebab belanja online bisa dilakukan kapan dan di mana saja. Tak hanya soal fleksibilitas waktu saja, konsumen juga bisa menetapkan mau belanja secara tunai atau kredit, menggunakan kartu debit, kartu kredit atau dompet digital, dan lain-lain. Sistem pembayaran yang mudah dan jelas menjadi keunggulan tersendiri. Metode pembayaran menggunakan bank transfer atau transaksi elektronik membuat pelaku usaha juga lebih mudah mengecek pembayaran lebih tepat waktu.

5. Peningkatan manajemen supplier

Supplier yang mendapatkan ulasan atau testimoni positif dari konsumen bakal lebih meningkatkan pelayanan dan sistem manajemen. Setidaknya produksi menjadi lebih cepat dan inovasi produk selalu dilakukan. (Positif & Negatif, 2022)

Kreativitas dunia teknologi informasi telah memberikan peluang usaha sehingga keterpurukan dunia industri yang memberikan dampak pengurangan tenaga kerja dan memberikan dampak perekonomian rakyat mau tidak mau sarana internet banyak digunakan untuk berusaha. Adapun dampak negatif dimiliki dari tren ini sebagai berikut:

1. Sulit bersosialisasi

E-commerce ini membuat masyarakat menjadi sulit berkomunikasi secara langsung terhadap lingkungan sekitar, karena *E-commerce* menunjang pembelian secara online.

2. Penipuan *online*

Dewasa ini, banyak orang telah melek internet dan melakukan transaksi jual beli online lewat situs *E-commerce*. Namun, banyak konsumen yang masih terjebak penipuan yang mengatasnamakan bisnis online. Misalnya penipuan barang real picture yang ternyata tidak sesuai dengan kondisi produk asli.

3. Gangguan layanan

Indonesia masih harus menghadapi masalah infrastruktur dan prosedur *E-commerce*. Masalah gangguan layanan internet bisa saja terjadi mengakibatkan pelaku usaha kehilangan kesempatan mendapatkan keuntungan lebih banyak.

4. Hilangnya ranah privasi atau pencurian data pribadi

Di Indonesia, belum ada peraturan atau perlindungan data konsumen sehingga banyak orang masih ragu belanja *online*. Informasi rahasia yang terungkap ke pihak kurang bertanggung jawab berpotensi menyebabkan kerugian lebih besar.

5. Kehilangan kepercayaan dari konsumen

Berbagai faktor bisa saja terjadi yang menyebabkan perusahaan kehilangan kepercayaan konsumen, misalnya gangguan teknis, faktor pelayanan, praktik bisnis tidak benar, dan masih banyak penyebab lain. Membangun kepercayaan konsumen memang menjadi pondasi penting dalam bisnis *E-commerce*. Dampak positif negatif *E-commerce* terkait kepercayaan konsumen tergantung bagaimana pelaku usaha meningkatkan pelayanan dan *follow up*. (Ginting, 2021)

Dari berbagai dampak dalam kegiatan rantai pasok logistik, *e-commerce* sangat berdampak. Perkembangan *E-commerce* memiliki potensi ekonomi yang dapat berdampak di bidang logistik melalui arus pengiriman barang. *E-commerce* sangat berpengaruh terhadap kegiatan rantai pasok logistik, contohnya pada sektor Transportasi yaitu penggunaan layanan ojek *online* baik pada layanan antar-jemput, pembelian makanan, dan fasilitas lainnya. Konsumen dapat memesan transportasi online dengan mudah dan cepat hanya menggunakan gadget yang tersambung ke internet. Kegiatan logistik sangat diperlukan pada dunia *E-commerce* mulai dari mencari pasokan bahan baku, kegiatan pengiriman barang dengan menggunakan berbagai macam moda transportasi, kegiatan produksi hingga ke pendistribusian barang sampai ke tangan customer. (Syafira Nisa et al., 2020)

E-commerce di era modern sangat membantu sistem jual-beli dan dampak negatifnya bisa menjadi tantangan. Tantangan *E-commerce* menurut pengawas Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA), tantangan dan hambatan e-commerce antara lain:

1. Alat pembayaran bukan dari rekening bank Alat pembayaran di setiap transaksi e-commerce pada umumnya menggunakan metode pembayaran yang dilakukan secara transfer berupa kartu kredit, kartu debit, mobile banking, dan yang lainnya. Namun, dari masyarakat Indonesia sendiri masih banyak yang belum memiliki rekening bank.

2. Koneksi internet yang lambat Apabila dibandingkan dengan negara lain, koneksi internet di Indonesia ini sangat lambat. Terutama di beberapa wilayah Indonesia yang terbelang pelosok yang kadang bahkan sama sekali tidak memiliki jaringan internet. Ketersediaan jaringan internet ini perlu adanya untuk mendukung perkembangan bisnis e-commerce di Indonesia.

3. Standardisasi logistik pengiriman dalam bisnis e-commerce Konsumen sering kali merasa dirugikan karena berbagai masalah terkait pengiriman barang/produk e-commerce, seperti keterlambatan pengiriman, barang yang dikirim mengalami kerusakan, dan kadang pula terdapat barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan. Hal tersebut terjadi dikarenakan standar logistik yang mencakup waktu pengiriman barang dan pengiriman barang belum memadai. (Noor & Yasmin, 2019)

CONCLUSION

Dari hasil dan pembahasan dapat kita tarik kesimpulan bahwa *E-commerce* yang terus berkembang seiring perubahan zaman dan pola pikir masyarakat yang

semakin modern. Transaksi jual beli dapat dilakukan dimana saja kapanpun melalui *online*, yang dimana tren ini mengedepankan perkembangan teknologi dan informasi secara seimbang.

Dampak positif dari *E-commerce* di era modern sangat membantu sistem jual-beli dan dampak negatifnya bisa menjadi tantangan.

REFERENCES

- Bantacut, t., & Fadhil, d. R. (n.d.). *Penerapan logistik 4.0 dalam manajemen rantai pasok beras perum bulog: sebuah gagasan awal tajuddin bantacut dan rahmat fadhil penerapan logistik 4.0 dalam manajemen rantai pasok beras perum bulog: sebuah gagasan awal application of logisticts 4.0 in rice supply chain management at perum bulog: an initial idea.*
- Sahara, s., ladesi, v. K., hadi, w., & verawati, k. (2021). Ramp check examination evaluation of public transport business. *Iop conference series: materials science and engineering*, 1098(2), 022069. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/1098/2/022069>
- Trina Fizzanty2 dan Kusnandar. (n.d.). *Pengelolaan Logistik Dalam Rantai Pasok Produk Pangan Segar Di Indonesia 1.* <http://pisurvey.worldbank.org>
- Ginting, J. (2021). Dampak Positif Maupun Negatif Perkembangan e-Commerce. *Riauonline*, 6–13. <https://www.riauonline.co.id/riau/read/2021/12/11/dampak-positif-maupun-negatif-perkembangan-e-commerce>
- Jayawati, D., Taufik, A., & Taryana, U. (2020). Manajemen Rantai Pasok Dalam Mendukung Ekonomi Sirkular: Sebuah Literatur Study Supply Chain Management in Supporting Circular Economy: a Literature Study. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Industri Dan Rantai Pasok*, 85–94.
- Dewi, Maya Utami (2022). *Commerce menjadi tren yang terus berkembang seiring perubahan pola hidup masyarakat lebih modern . Transaksi jual beli dilakukan secara online sesuai dengan perkembangan jaman yang lebih mengedepankan teknologi dan informasi . Bagi pelaku bisnis kecil men. September*, 8–11.
- Thomas Dolfinus Fanulene, D. S. (2022). Manajemen Rantai Pasok Pada Industri Pertahanan di Era Industri 4.0 dan Digital. *Jiemar*, 3, 311–340.
- Tiara Safitri. (2019). *Penerapan e-Logistik Dalam E-commerce.* <https://kompas.com>
- Syafira Nisa, s., Rita Indrawati, l., & Kusuma Prasetyanto, p. (2020). *Pengaruh E-Commerce Dan Umkm Terhadap Sektor Logistik Indonesia Tahun 2010-2018.*
- Noor, g., & Yasmin, S. A. (2019). *Peran Logistik Dalam Kemajuan E-commerce di Indonesia.* <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180514/98/794874/javascript>