



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

PROSIDING 2021
Manajerial dan Kewirausahaan



Sertifikat

No: 2383 /IPWIJA/1-II/12/2021

Diberikan kepada

Eka Avianti Ayuningtyas

Sebagai Pemateri Prosiding
**Kebangkitan Ekonomi Indonesia
Pasca Pandemi COVID-19**

Reviewer

Dr. Dina Nurul Fitria, S.E., M.M., CSA
(Dosen STIE IPWIJA)

Diselenggarakan oleh

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta secara Daring pada 3 Desember 2021

Jakarta, 3 Desember 2021

Ketua
STIE IPWIJA



Ir. Besar Agung Martono, M.M., DBA

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS

Home > Vol 5 (2021)

Prosiding Manajerial dan Kewirausahaan

Buku Prosiding Manajerial dan Kewirausahaan ini diterbitkan oleh LP2M STIE IPWIJA setiap satu tahun sekali.

Vol 5 (2021): Call for Paper 5

Table of Contents

Articles

[Adaptasi dan Inovasi Bisnis Dalam Menghadapi Dampak Pandemi Covid 19](#)

Taufik Taufik, Meli Andriyani, Iwan Kurniawan, Miralda Indarti

PDF
1-12

[Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga Saham pada Perusahaan Sektor Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia](#)

Nuriska Zahrah Pramesti, Suyanto Suyanto

PDF
13-20

[Pengaruh Organizational Citizenship Behavior dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening](#)

Mohammad Chairul Anwar, Slamet Ahmadi

PDF
21-38

[Analisa Keuangan Pada Perusahaan Food and Beverages yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia](#)

Husnaini Husnaini, Estuti Fitri Hartini

PDF
39-46

[Analisa Keuangan Harga Saham pada PT. Astra International Tbk.](#)

Gusti Ale Yusuf, Sugoto Sulistyono, SM Parulian Tanjung, Eka Giovana Asti

PDF
47-58

[Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia](#)

Olivia Michelle Pranajaya, Susanti Widhiastuti

PDF
59-70

[Peranan Business to Consumer \(B2C\) dalam Mendukung Ekonomi Digital UMKM](#)

Juniar Sinaga, Eka Avianti Ayuningtyas

PDF
71-78

[Pengaruh Kepemimpinan dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PPF Indonesia di Gunung Putri Kabupaten Bogor](#)

Siti Laela, Ristania Yuliawati, Ris Handayani

PDF
79-88

[Purchase Decision During The Covid-19 Pandemic: Implementation of Digital Marketing and Brand](#)

PDF

CALL FOR PAPER 4

Panitia Penyelenggara

Panduan Penulisan

Article Template

Panduan Submit

Panduan Proses

Panduan Pelaksanaan

USER

Username

Password

Remember me

Login

NOTIFICATIONS

- [View](#)
- [Subscribe](#)

LANGUAGE

Select Language

English

Submit

Awareness in E-Commece Shopee Surya Bintarti, Agustini Tanjung, Arief Teguh Nugroho, Muhammad Kosasih	89-98	FONT SIZE
Pengaruh Biaya Pendidikan dan Promosi terhadap Keputusan Memilih Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta pada Program Sarjana Alfidha Sepyantini Fajri, Rasipan Rasipan, Jayadi Jayadi	PDF 99-108	
Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Pelatihan dan Insentif terhadap Kinerja Karyawan pada PT. IK Precision Indonesia Rustianah Rustianah, Adryansyah Saptadji	PDF 109-116	
Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Proses Keputusan Pembelian Anik Ariyanti, Beni Sugiarto, Rochmad Fadjar Darmanto, Juniarto Rojo Prasetyo	PDF 117-126	
Studi Kelayakan Bisnis Jajan Jamur Enoki Crispy Vika Budi Prasetyo, Yoyo Indah Gunawan	PDF 127-132	
Pengaruh Segmenting, Targeting, Positioning (STP) dan Strategi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Jasindo Setiadi Imansyah, Jen Zainal Asyikin Hans, Yuli Triastuti	PDF 133-140	
Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pengalaman Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. IPSOS Jakarta Selatan Agus Sudigdo, Irwan Kurniawan	PDF 141-150	
Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Gratia Prima Indonesia (Books & Beyond Cabang Kotawisata) Meryati Meryati, Kiswati Kiswati	PDF 151-159	



Peranan Business to Consumer (B2C) dalam Mendukung Ekonomi Digital UMKM

The Role of Business To Consumer (B2C) in Supporting the MSME Digital Economy

Oleh:

Juniar Sinaga¹⁾, Eka Avianti Ayuningtyas²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta^{1,2)}

admin@juniarsinaga.my.id¹⁾, eka.avianti@gmail.com²⁾

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak Maret 2020 ini telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan di masyarakat, termasuk aspek ekonomi. Teknologi memiliki peran penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat pada masa pandemi Covid-19. Dengan melakukan transformasi ekonomi digital akan membantu masyarakat melakukan transaksi dan kegiatan ekonomi secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan model B2C (Business to Consumer) dalam mendukung adanya ekonomi digital pada pelaku UMKM. B2C (Business to Consumer) merupakan bagian dari e-commerce. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif eksploratif. Terdapat 30 sampel UMKM yang sudah menerapkan transformasi ekonomi digital. Transformasi yang sudah dilakukan adalah dengan pemanfaatan layanan pesan-antar makanan melalui aplikasi Go-food dan pembayaran menggunakan e-money atau e-banking. Seiring dengan perkembangannya, tentu perlu dilakukan optimalisasi dalam penggunaan teknologi tersebut untuk mendorong perkembangan ekonomi digital.

Kata kunci:

B2C (Business to Consumer); E-commerce; Ekonomi Digital; UMKM

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic that has occurred since March 2020 has affected various aspects of life in society, including the economic aspect. Technology has an important role in people's economic activities during the Covid-19 pandemic. By transforming the digital economy, it will help people carry out transactions and economic activities digitally. This study aims to find out how to use the B2C (Business to Consumer) model in supporting the existence of a digital economy for MSME actors. B2C (Business to Consumer) is part of e-commerce. This research uses descriptive exploratory research method. There are 30 samples of MSMEs that have implemented digital economic transformation. The transformation that has been carried out is by utilizing food delivery services through the Go-food application and payments using e-money or e-banking. Along with its development, of course it is necessary to optimize the use of these technologies to encourage the development of the digital economy.

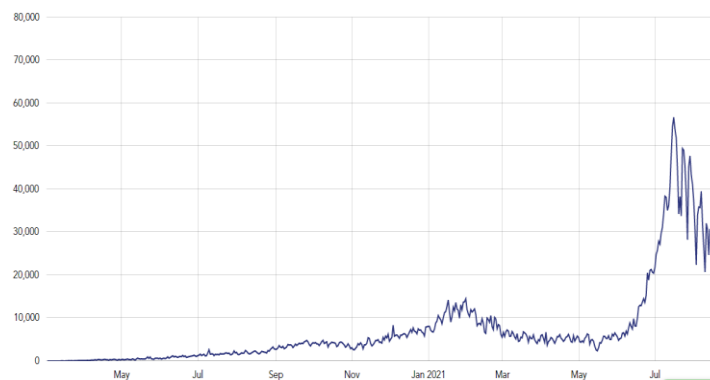
Keywords:

B2C (Business to Consumer); Digital Economy; E-commerce; UMKM

Pendahuluan

Coronavirus (COVID-19) adalah penyakit yang disebabkan oleh virus corona baru yang disebut SARS-CoV-2. COVID-19 menjadi penyebab merebaknya penyakit pernapasan yang pertama kali terdeteksi di Wuhan, Provinsi Hubei, China. World Health Organization (WHO) atau Organisasi Kesehatan Dunia pertama kali mengetahui virus baru ini pada 31 Desember 2019, menyusul laporan sekelompok kasus 'virus pneumonia' di dunia. Indonesia pertama kali mengumumkan kasus positif Corona (Covid-19) pada 2 Maret 2020, pada saat itu Presiden mengumumkan ada dua orang Indonesia positif terjangkit virus Corona yakni perempuan berusia 31 tahun dan ibu berusia 64 tahun.

Penyebaran Covid-19 di Indonesia sampai saat ini masih tinggi dan bertambah setiap harinya. Per tanggal 19 Agustus 2021, jumlah kasus terkonfirmasi positif Covid-19 bertambah sebanyak 22.053 kasus dari sebelumnya 3.908.247 kasus. Sehingga kini, total kasus positif Covid-19 di Indonesia menjadi 3.930.300. Penambahan kasus positif tersebut tersebar di seluruh provinsi di Indonesia. Hal ini menyebabkan pandemi Covid-19 di Indonesia belum juga usai.



Sumber: covid19.go.id

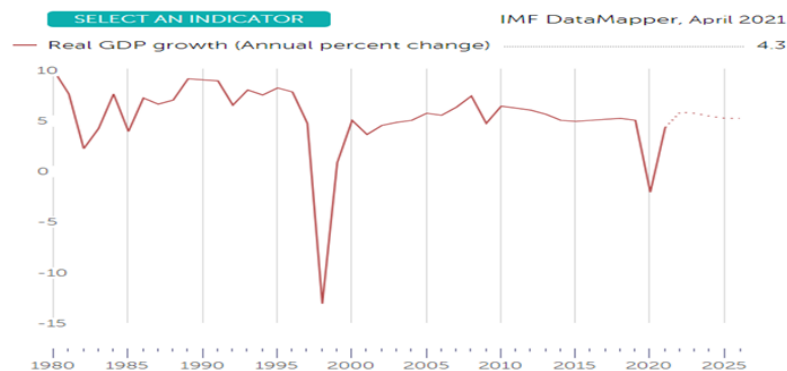
Gambar 1. Perkembangan Kasus Terkonfirmasi Positif Covid-19 per-hari (Nasional)

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak Maret 2020 ini telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan di masyarakat, termasuk aspek ekonomi. Pandemi Covid-19 menimbulkan risiko yang sangat buruk bagi perekonomian dunia termasuk Indonesia khususnya pada sektor pariwisata, investasi, perdagangan, hingga usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM menjadi salah satu sektor yang paling berdampak akibat adanya pandemi Covid-19 ini. Padahal UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Selain mampu menyerap banyak tenaga kerja, tetapi juga berkontribusi besar pada GDP Indonesia. Namun dengan adanya pandemi dan pemberlakuan kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat menyebabkan produktivitas UMKM juga menurun sehingga berdampak pada penurunan pendapatan. Tak hanya UMKM, bahkan perusahaan besar pun banyak yang mengalami penurunan omset hingga melakukan PHK terhadap karyawannya, maka UMKM untuk bertahan dan tumbuh ekonominya dengan e-commerce model B2C (*Business to Consumer*).

Pandemi Covid-19 yang terjadi sejak Maret 2020 ini telah mempengaruhi berbagai aspek kehidupan di masyarakat, termasuk aspek ekonomi. Pandemi Covid-19 menimbulkan risiko yang sangat buruk bagi perekonomian dunia termasuk Indonesia khususnya pada sektor pariwisata, investasi, perdagangan, hingga usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM menjadi salah satu sektor yang paling berdampak akibat adanya pandemi Covid-19 ini. Padahal UMKM merupakan sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Selain mampu menyerap banyak tenaga kerja, tetapi juga berkontribusi besar pada

GDP Indonesia. Namun dengan adanya pandemi dan pemberlakuan kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat menyebabkan produktivitas UMKM juga menurun, sehingga berdampak pada penurunan pendapatan. Tak hanya UMKM, bahkan perusahaan besar pun banyak yang mengalami penurunan omset hingga melakukan PHK terhadap karyawannya, maka UMKM untuk bertahan dan tumbuh ekonominya dengan e-commerce melalui pembelian dan pembayaran tidak berhadapan langsung tetapi dengan sistem digital.

Berdasarkan data dari International Monetary Fund (IMF), pada tahun 2020 pertumbuhan GDP Indonesia sebesar -2,1%, menurun sebanyak 7,1% jika dibandingkan dengan tahun 2019 dimana pertumbuhan GDP sebesar 5%. Namun, pada tahun 2021 ini pertumbuhan GDP Indonesia kembali meningkat yaitu sebesar 4,3%.



Sumber: International Monetary Fund
Gambar 2. Pertumbuhan GDP Indonesia

Pandemi Covid-19 tidak hanya menimbulkan dampak negatif, namun juga dapat menimbulkan pengaruh yang baik terhadap perekonomian Indonesia. Diantara pengaruh baik yang timbul akibat adanya pandemi adalah semakin meningkatnya perkembangan teknologi. Dengan adanya pembatasan aktivitas masyarakat menyebabkan terjadi pergeseran kebiasaan masyarakat yang semula berkegiatan secara fisik menjadi kebiasaan baru berbasis teknologi sebagai media untuk berkomunikasi, berinteraksi, bekerja dari rumah (work from home), juga kegiatan jual-beli dengan teknologi digital memiliki peran yang sangat penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat selama masa pandemi Covid-19. Perkembangan teknologi yang sangat pesat akan mampu mengubah tatanan perekonomian menuju ekonomi dan keuangan digital. Oleh karena itu, transformasi ekonomi digital sangat perlu dilakukan untuk mendorong pemulihan ekonomi. Karena akan membantu masyarakat untuk mengembangkan ekonomi secara kreatif. E-commerce (electronic commerce) merupakan proses transaksi jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, dkk. 2012). Dalam hal ini peran pemerintah tentu sangat dibutuhkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan e-commerce B2C (Business to Consumer) dalam mendukung Ekonomi Digital UMKM dari permasalahan umum ke permasalahan khusus.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif eksploratif. Penelitian deskriptif eksploratif merupakan penelitian yang mendeskripsikan dan menggambarkan suatu fenomena atau masalah yang ada di suatu tempat dengan menelusuri kemungkinan adanya sebab-akibat timbulnya suatu masalah dan faktor-faktor penyebab yang belum diketahui. UMKM yang telah berusaha selama 4 (empat) tahun antara Tahun 2017 sd 2020. Pekerjaannya satu sampai dengan dua orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling,

dimana pengambilan sampel dilakukan dengan menetapkan subjek penelitian sesuai dengan yang dikehendaki peneliti sehingga sampel dapat mewakili populasi. Pengambilan sampel didasarkan pada keluarga yang memiliki usaha dan sudah menerapkan ekonomi digital. Jumlah sampel adalah 30 keluarga di Jatiwaringin, Bekasi, Provinsi Jawa Barat.

Hasil Penelitian

Hasil Analisis

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) E-commerce adalah saluran online yang dapat dijangkau seseorang menggunakan komputer yang digunakan pebisnis untuk aktifitas bisnisnya dan digunakan konsumen untuk mendapatkan informasi dengan bantuan komputer yang dalam prosesnya diawali dengan memberikan jasa informasi sehingga dapat menentukan pilihan. Dalam strategi e-commerce, Kotler (2007) mengatakan ada pembagian bisnis internet menurut pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi penjualan, yaitu: Business to Business (B2B) merupakan transaksi perdagangan online yang dilakukan antar bisnis, perusahaan ataupun organisasi. Business to Consumer (B2C) merupakan perdagangan online yang dilakukan antara perusahaan menjual ke konsumen individual transaksi, biasa disebut retail (eceran). Consumer to Consumer (C2C) merupakan perdagangan online yang dilakukan antara konsumen. Consumer to Business (C2B) merupakan penjualan online terjadi ketika individu menjual produk atau jasa kepada perusahaan.

Ekonomi digital mengacu pada ekonomi yang didasarkan pada teknologi komputasi digital yang merupakan usaha yang dijalankan berbasis internet dan website istilah Ekonomi Digital pertama kali di Jepang oleh seorang profesor Jepang dan ekonom penelitian saat resesi Jepang tahun 1990-an. Menurut Thomas Mesenbourg (2001), ada tiga komponen utama dari konsep Ekonomi Digital yang terdiri dari E-business infrastructure (perangkat keras, perangkat lunak, telekomunikasi, jaringan, sumber daya manusia, dan lain-lain). E-bisnis (bagaimana bisnis dilakukan, setiap proses yang dilakukan secara terorganisir melalui jaringan komputer). 4.E-commerce (penjualan barang secara online, misalnya ketika sebuah buku dijual secara online). Transformasi ekonomi digital merupakan proses transformasi aktivitas, proses, dan model transaksi ekonomi dari konvensional menjadi sistem automasi digital, baik dari segi penjualan, pemasaran, dan layanan terhadap pelanggan.



Sumber: United Nations Foundation & We Are Social
Gambar 3. Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia

Jumlah pengguna internet di Indonesia dalam publikasi United Nations Foundation & We Are Social terkait penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dengan

menggunakan komputer maupun telepon seluler oleh masyarakat Indonesia semakin tinggi menggunakan TIK untuk beraktifitas secara online dengan adanya Pandemi Covid-19. Persentase penduduk yang menggunakan telepon seluler terus mengalami peningkatan, hingga pada tahun 2019 mencapai 48,00 persen. Perkembangan ekonomi digital di Indonesia yaitu banyaknya inovasi transaksi ekonomi yang dilakukan secara digital.

Beberapa inovasi ekonomi digital di Indonesia antara lain: e-commerce, melalui platform e-commerce banyak produk-produk hasil budaya dan kreatifitas masyarakat lokal Indonesia yang diperjual-belikan.



Gambar 4. E-commerce di Indonesia

Layanan pesan-antar makanan, seperti Go-food dan Grab food.



Gambar 5. Aplikasi pesan-antar makanan

Layanan pembayaran digital, seperti e-money, e-banking dan e-wallet.



Gambar 6. Kartu e-money, e-banking dan e-wallet

Hasil Wawancara

Berikut ini merupakan sebagian sampel tabel hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa pelaku UMKM Jatiwaringin, Bekasi, Jawa Barat.

Nama:	Ibu Nunik
Usaha:	Pempek, Model dan Tekwan khas Palembang
Tanggal Wawancara:	12 Maret 2021
Jam Wawancara:	13:00
Tempat:	Galeri UMKM Jatiwaringin
Daftar Pertanyaan:	
<p>1. Bagaimana sistem manajemen data yang berjalan selama ini? Apakah masih menggunakan sistem manual atau sudah online?</p> <p>Jawab:</p> <p>Sistem manajemen data yang berjalan selama ini masih menggunakan sistem manual. Sebagai contoh; data informasi riwayat hidup siswa dan pegawai yang bekerja masih terorganisasi dengan menggunakan pemakaian buku induk.</p>	

Nama:	Ibu Linda
Usaha:	Nasi kuning, nasi Arab, dan nasi uduk
Tanggal Wawancara:	12 Maret 2021
Jam Wawancara:	13:00
Tempat:	Galeri UMKM Jatiwaringin
Daftar Pertanyaan:	
<p>1. Bagaimana sistem manajemen data yang berjalan selama ini? Apakah masih menggunakan sistem manual atau sudah online?</p> <p>Jawab:</p> <p>Sistem manajemen data yang berjalan selama ini masih menggunakan sistem manual. Sebagai contoh; data informasi riwayat hidup siswa dan pegawai yang bekerja masih terorganisasi dengan menggunakan pemakaian buku induk.</p>	

Nama:	Ibu Merry
Usaha:	Jus buah-buahan
Tanggal Wawancara:	12 Maret 2021
Jam Wawancara:	13:00
Tempat:	Galeri UMKM Jatiwaringin
Daftar Pertanyaan:	
<p>1. Bagaimana sistem manajemen data yang berjalan selama ini? Apakah masih menggunakan sistem manual atau sudah online?</p> <p>Jawab:</p> <p>Sistem manajemen data yang berjalan selama ini masih menggunakan sistem manual. Sebagai contoh; data informasi riwayat hidup siswa dan pegawai yang bekerja masih terorganisasi dengan menggunakan pemakaian buku induk.</p>	

Dari hasil penelitian diperoleh 30 sampel UMKM, yang sudah menerapkan teknologi ekonomi digital dalam pemasaran maupun penjualannya. Berikut daftar UMKM beserta jenis usahanya:

Tabel 1. Daftar UMKM di Jatiwaringin- Bekasi yang sudah Menggunakan Platform E-commerce B2C

No	Jenis Usaha	Bidang	Jumlah
1	Pempek , Model dan Tekwan khas Palembang	Makanan	3
2	Nasi kuning, nasi Arab, dan nasi uduk	Makanan	3
3	Rujak buah dan rujak serut	Makanan	3
4	Ayam Ungkep, Ayam geprek dan bebek tubruk	Makanan	3
5	Jus buah-buahan	Minuman	3
6	Gimsum isi (ayam, udang, bakso dan Sosis)	Makanan	3
7	Bakso, mie ayam, soto Bogor dan Soto Betawi	Makanan	3
9	Produk Kacang-kacangan, yaitu : Es kembang tahu, susu kembang tahu serta peyek kacang tanah dan kacang kedele	Minuman	3
10	Obat Herbal	Farmasi	3
11	Bandrex dan minuman herbal	Minuman	3

Sumber: Data sukender, 2021

Dari data di atas mencerminkan bahwa sebagian besar UMKM yang menggunakan business to consumer (B2C) adalah UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman maupun farmasi. Hal ini karena industri makanan didukung oleh e-commerce layanan pesan-antar online makanan, tanpa harus pergi membeli langsung. UMKM tersebut sudah menerapkan transaksi ekonomi digital yaitu dengan menggunakan layanan aplikasi digital Go-food, Grab-food, dan pembayaran melalui e-money maupun e-banking. Hal ini dilakukan untuk menerapkan protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah. Bisnis e-commerce berkontribusi pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dimana E-commerce merupakan aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa) yang memanfaatkan jaringan internet yang berjalan lancar. Adanya optimalisasi penggunaan teknologi untuk mendorong perkembangan ekonomi digital menjadi semakin baik.

Pembahasan

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada umumnya ditandai dengan adanya skala yang terbatas pada aspek operasinya. Ramanathan et al. (2012) mengungkapkan UMKM memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi di banyak negara di seluruh dunia. Menurut Undang-Undang No 20 Tahun 2008 usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria asset \leq Rp 50 juta dan omset \leq Rp 300 juta, sedangkan usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang atau perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Rp 50 juta $<$ asset \leq Rp 500 juta dan omset sebesar Rp 300 juta sampai \leq Rp 2,5 milyar. Sementara itu, usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria Rp 500 juta $<$ asset \leq Rp 2,5 milyar dan Rp 2,5 milyar $<$ omset \leq Rp 50 milyar.

Biro Pusat Statistik (BPS) yang berfungsi sebagai penanggung jawab data statistik di Indonesia mempunyai kriteria tentang industri ke dalam empat golongan yaitu industri kerajinan terdiri dari 1-4 karyawan, industri kecil terdiri dari 5-19 karyawan, industri menengah terdiri dari 20-99 karyawan dan industri besar yang memiliki lebih dari 100 karyawan. Menurut Niode (2009), permasalahan yang dialami UMKM disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut: (1) kesulitan pemasaran, (2) keterbatasan finansial, (3) keterbatasan SDM, (4) masalah bahan baku, (5) keterbatasan teknologi, (6) *managerial skill*, (7) kemitraan.

Kesimpulan

Masa pandemi ini telah mengakibatkan pergeseran kebiasaan masyarakat berkegiatan secara fisik menjadi berbasis teknologi secara online. Transformasi ekonomi digital yang telah dilakukan melalui platform e-commerce dengan *model business to consumer* (B2C) sangat membantu para pelaku UMKM untuk menjalankan usahanya. Layanan pesan antar makanan serta layanan pembayaran online menjadi mudah dilakukan dengan adanya teknologi sehingga mendorong perkembangan ekonomi digital.

Daftar Pustaka

- Indrajit, R.E. (2001). *e-Commerce: Kiat dan Strategi Bisnis di Dunia Maya*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ramanathan. R.U & Hsiao, H.L. (2012). *The Impact of e-Commerce on Taiwanese SMEs: Marketing and Operations Effect*. UK: Int. J. Production economics
- Supriatna, E. (2020). Wabah Corona Virus Disease Covid 19 dalam Pandangan Islam, Salam. Sosial & Budaya Syar-i. Vol. 7. No. 6. pp; 556.
- Susilo, A., et al. (2020). Coronavirus Disease- 2019. Tinjauan Literatur Terkini Coronavirus Disease-2019. Review of Current Literatures. [jurnal]: *Penyakit Dalam Indonesia*, Vol 7, No 1, 46.
- Turban, E. & King, D. (2012). *Electronic Commerce 2012: Managerial and Social Networks Perspectives* (7th Edition). Prentic Hall.

Website

- <https://www.bps.go.id>. Badan Pusat Statistik. 2021. Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas Menurut Golongan Umur dan Jenis Kegiatan 2008 – 2020. Badan Pusat Statistik Indonesia.
- <https://jdih.kemenkeu.go.id>. Kemenkeu. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014. JDih Kemenkeu. Diakses pada 23 Agustus 2021.
- <https://www.imf.org/en/Countries/IDN#countrydata>. Real GDP Growth (Annual percent change) International Monetary Fund. Diakses pada 23 Agustus 2021.
- <https://jdih.kemenkeu.go.id>. Undang- Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Miro, Kecil dan Menengah diunduh Agustus 2019.
- <https://jdih.kemenkeu.go.id>. Kemenkeu. Penjelasan Atas Undang-Undang Republik Indonesia No. 39 Tahun 2004. JDih. Diakses pada 23 Agustus 2021.