

E-commerce dan bisnis digital: perbedaan, kelebihan, dan pengaruhnya terhadap pola konsumsi masyarakat

Bushtanul Fahmiya Al Masruroh

Program studi Manajemen, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: fhmyaaa06@gmail.com

Kata Kunci:

e-commerce, bisnis digital, pola konsumsi, teknologi digital, tempat informasi

Keywords:

e-commerce, digital business, consumption patterns, digital technology, information place

ABSTRAK

Perkembangan bidang informasi dan komunikasi memengaruhi perubahan besar dalam kegiatan ekonomi, terutama melalui penggunaan e-commerce dan bisnis digital. Meskipun dua istilah ini sering disebut secara bergantian, keduanya memiliki ciri dan ruang lingkup yang berbeda. Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan perbedaan antara e-commerce dan bisnis digital, meneliti keuntungan masing-masing, serta meninjau dampaknya terhadap perubahan cara masyarakat membeli barang. Untuk melakukannya, peneliti menggunakan metode studi kepustakaan dengan mengumpulkan informasi dari berbagai jurnal nasional, buku

ilmiah, dan laporan resmi yang terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce lebih menekankan pada proses jual beli secara daring, sedangkan bisnis digital mencakup perubahan berbagai aspek bisnis menggunakan teknologi digital. Kehadiran e-commerce dan bisnis digital membawa pengaruh terhadap pola belanja masyarakat, seperti memudahkan akses, menghemat waktu, serta mengubah preferensi pembelian. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dalam memahami dinamika e-commerce dan bisnis digital serta dampaknya terhadap masyarakat.

ABSTRACT

Developments in the information and communication sector have influenced major changes in economic activity, particularly through the use of e-commerce and digital business. Although these two terms are often used interchangeably, they have distinct characteristics and scopes. This study aims to compare the differences between e-commerce and digital business, examine the advantages of each, and review their impact on changing the way people purchase goods. To do this, the researcher used a literature review method by gathering information from various national journals, scientific books, and related official reports. The results show that e-commerce emphasizes the online buying and selling process, while digital business encompasses changes in various aspects of business using digital technology. The presence of e-commerce and digital business has influenced people's shopping patterns, such as facilitating access, saving time, and changing purchasing preferences. This research is expected to provide benefits in understanding the dynamics of e-commerce and digital business and their impact on society. Keywords: e-commerce, digital business, consumption patterns, digital technology

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, terutama di bidang ekonomi dan bisnis. Proses digitalisasi mendorong munculnya model bisnis yang lebih inovatif dan efisien. Penggunaan internet, perangkat mobile, serta platform digital telah menggeser cara para pelaku usaha menjalankan bisnis, serta cara masyarakat memenuhi kebutuhan mereka. Salah satu bentuk nyata dari perubahan digital adalah berkembangnya e-commerce dan bisnis digital.



E-commerce memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara daring tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Menurut Hidayat (2019), e-commerce adalah aktivitas perdagangan yang memanfaatkan media elektronik sebagai alat transaksi. Sementara itu, bisnis digital memiliki cakupan yang lebih luas karena memanfaatkan teknologi digital dalam semua tahap proses bisnis, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran hingga pelayanan kepada pelanggan (Rachmawati, 2020). Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce dan bisnis digital didukung oleh meningkatnya jumlah pengguna internet serta kemajuan sistem pembayaran digital. Kondisi ini mendorong perubahan dalam pola konsumsi masyarakat yang kini lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian secara akademis mengenai perbedaan, keunggulan, serta dampak e-commerce dan bisnis digital terhadap cara masyarakat membeli barang dan jasa.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas ekonomi dan bisnis, khususnya melalui proses digitalisasi yang semakin masif. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk mengadopsi teknologi sebagai sarana utama dalam menjalankan kegiatan bisnis agar lebih efektif dan efisien (Laudon & Traver, 2021). Pemanfaatan internet, perangkat mobile, serta berbagai platform digital telah mengubah pola interaksi antara produsen dan konsumen, sekaligus menciptakan model bisnis baru yang berbasis teknologi (Kotler et al., 2020). Salah satu bentuk nyata dari transformasi tersebut adalah berkembangnya e-commerce dan bisnis digital. E-commerce memungkinkan proses transaksi jual beli dilakukan secara daring tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen maupun pelaku usaha (Hidayat, 2019). Sementara itu, bisnis digital memiliki cakupan yang lebih luas karena tidak hanya berfokus pada transaksi, tetapi juga melibatkan pemanfaatan teknologi digital dalam seluruh rantai nilai bisnis, mulai dari perencanaan, produksi, pemasaran, hingga pelayanan pelanggan (Rachmawati, 2020).

Di Indonesia, pertumbuhan e-commerce dan bisnis digital didukung oleh peningkatan jumlah pengguna internet serta perkembangan sistem pembayaran digital yang semakin beragam. Kondisi ini berkontribusi terhadap perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang cenderung mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (APJII, 2023). Perubahan tersebut menunjukkan bahwa e-commerce dan bisnis digital tidak hanya berperan sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai faktor yang memengaruhi pola konsumsi dan preferensi masyarakat secara luas (Pratama & Nugroho, 2021). Berdasarkan kondisi tersebut, kajian akademik mengenai perbedaan, keunggulan, serta dampak e-commerce dan bisnis digital menjadi penting untuk dilakukan. Pemahaman yang komprehensif terhadap kedua konsep ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam pengembangan strategi bisnis serta pengambilan keputusan di era ekonomi digital.

Pembahasan

E-commerce adalah bentuk kegiatan perdagangan yang memanfaatkan teknologi elektronik, terutama internet, sebagai media utama dalam melakukan transaksi barang dan jasa. Menurut Hidayat (2019), e-commerce mencakup berbagai proses seperti

pemasaran, pemesanan, pembayaran, hingga distribusi produk secara digital. Kehadiran e-commerce tidak hanya memberi kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh kebutuhan, tetapi juga membantu pelaku usaha mengelola biaya operasional secara lebih efisien. Dengan e-commerce, batasan geografis bisa diminimalkan, sehingga memungkinkan terjadinya transaksi antar daerah bahkan antar negara.

Selain itu, e-commerce juga mendorong perubahan sistem perdagangan konvensional menjadi lebih modern dan terstruktur. Platform e-commerce menyediakan fitur analitis yang membantu penjual memahami perilaku konsumen, seperti preferensi produk dan kebiasaan membeli. Hal ini menjadikan e-commerce sebagai alat strategis dalam meningkatkan daya saing usaha di era digital. Bisnis digital adalah aktivitas bisnis yang mengintegrasikan teknologi digital dalam seluruh proses pembuatan nilai. Susanti dan Widodo (2021) menyatakan bahwa bisnis digital tidak hanya fokus pada transaksi, tetapi juga pada inovasi yang berkelanjutan, pengelolaan data, serta pelayanan pelanggan yang optimal. Dalam bisnis digital, teknologi berperan penting dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi bisnis. Penggunaan teknologi seperti big data, kecerdasan buatan, dan media sosial memungkinkan pelaku usaha memahami kebutuhan pasar dengan lebih akurat. Bisnis digital juga mendorong terbentuknya model bisnis baru, seperti sistem berlangganan, bisnis berbasis platform, dan layanan digital, yang semakin sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Perbedaan E-Commerce dan Bisnis Digital

Perbedaan utama antara e-commerce dan bisnis digital terletak pada cakupan dan fokus kegiatan. E-commerce fokus pada proses jual beli secara daring, sedangkan bisnis digital mencakup perubahan menyeluruh terhadap sistem bisnis, mulai dari strategi pemasaran hingga pengelolaan sumber daya. Putri dan Nugroho (2021) menekankan bahwa e-commerce merupakan bagian dari bisnis digital, karena bisnis digital memiliki peran yang lebih luas dalam menciptakan nilai dan keberlanjutan usaha. Dengan kata lain, tidak semua bisnis digital berbentuk e-commerce, tetapi hampir semua e-commerce merupakan bagian dari praktik bisnis digital. Memahami perbedaan ini penting agar pelaku usaha bisa memilih strategi yang tepat sesuai dengan tujuan bisnisnya.

Kelebihan E-Commerce dan Bisnis Digital

E-commerce memiliki beberapa keuntungan, seperti mudah diakses, fleksibel dalam waktu, serta menyediakan pasar yang lebih luas. Pembeli bisa melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus pergi ke toko fisik. Selain itu, transparansi harga dan adanya ulasan produk membantu pembeli dalam mengambil keputusan belanja secara lebih logis. Di sisi lain, bisnis digital memberikan keunggulan dalam hal inovasi, efisiensi operasional, dan pengambilan keputusan berdasarkan data. Menurut Rachmawati (2020), penggunaan teknologi digital memungkinkan perusahaan merespons perubahan pasar secara lebih cepat dan adaptif. Fleksibilitas ini membuat bisnis digital lebih mampu menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Pengaruh terhadap Pola Konsumsi Masyarakat

Perkembangan e-commerce dan bisnis digital telah mengubah cara masyarakat berbelanja. Pembeli kini lebih memperhatikan kemudahan, efisiensi waktu, serta akses informasi yang cepat. Berbelanja bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor promosi digital, ulasan dari pengguna, dan rekomendasi dari algoritma. Menurut Sari (2022), masyarakat semakin terbiasa membandingkan produk dan harga sebelum membeli. Hal ini mencerminkan pola belanja yang lebih rasional dan informatif. Namun, kemudahan akses juga bisa memicu perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan kesadaran keuangan yang baik.

Dampak terhadap Pelaku Usaha dan UMKM

E-commerce dan bisnis digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas. Melalui platform digital, UMKM bisa mempromosikan produk tanpa harus memiliki modal besar untuk membuka toko fisik. Digitalisasi juga membantu UMKM meningkatkan efisiensi dalam mengelola bisnis, seperti pengelolaan keuangan dan layanan pelanggan. Namun, transformasi digital juga menuntut kesiapan sumber daya manusia dan kemampuan dalam menggunakan teknologi. Pelaku usaha yang tidak bisa beradaptasi berisiko ketinggalan dalam persaingan. Oleh karena itu, dukungan pelatihan dan bimbingan sangat penting untuk kesuksesan dalam menerapkan bisnis digital.

Tantangan dan Risiko dalam E-Commerce dan Bisnis Digital

Meskipun memberikan banyak keuntungan, e-commerce dan bisnis digital juga menghadapi beberapa tantangan. Tantangan tersebut antara lain menyangkut keamanan data, perlindungan konsumen, serta persaingan yang semakin ketat. Kepercayaan konsumen merupakan faktor utama bagi kelangsungan bisnis digital, sehingga pelaku bisnis harus memastikan sistem aman dan kualitas layanan terjaga. Selain itu, perubahan teknologi yang cepat memaksa pelaku bisnis terus berinovasi dan meningkatkan kemampuan digital. Tanpa strategi yang tepat, bisnis bisa kehilangan relevansi dalam pasar digital yang dinamis.

Implikasi Sosial dan Ekonomi

Perkembangan e-commerce dan bisnis digital memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat. Perubahan ini menciptakan peluang kerja baru di bidang teknologi, pemasaran digital, serta logistik. Namun, perubahan tersebut juga memaksa masyarakat untuk terus meningkatkan kemampuan digital agar bisa menyesuaikan diri dengan tuntutan pekerjaan di masa kini. Oleh karena itu, e-commerce dan bisnis digital berperan penting dalam mendorong perubahan ekonomi menuju sistem ekonomi digital yang lebih inklusif dan ramah lingkungan.

Kesimpulan dan Saran

E-commerce dan bisnis digital adalah dua hal yang saling terkait, tetapi berbeda dalam cara kerjanya. E-commerce lebih fokus pada pembelian dan penjualan barang secara daring, sedangkan bisnis digital melibatkan perubahan total dalam cara berbisnis menggunakan teknologi digital. Kedua hal ini memiliki keuntungan yang besar dan

memengaruhi cara masyarakat belanja, yaitu lebih praktis, hemat waktu, dan berdasarkan informasi. Dari hasil penelitian ini, disarankan bagi para pengusaha untuk memanfaatkan e-commerce dan bisnis digital secara maksimal agar bisa lebih kompetitif. Selain itu, penelitian berikutnya diharapkan menggunakan metode yang lebih nyata untuk menggali dampak e-commerce dan bisnis digital terhadap cara orang membeli secara lebih dalam.

Daftar Pustaka

- Hidayat, R. (2019). Perkembangan e-commerce di Indonesia dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 112–121. (n.d.).
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 3(2), 506-519.
- Nugroho, A. Y. (2024). Transformasi digital: Mengoptimalkan strategi e-commerce di era disrupsi. *Jurnal Ilmiah Bisnis Digital*, 1(1), 56-66.
- Putri, A. R., & Nugroho, Y. A. (2021). Transformasi digital dalam pengembangan bisnis berbasis teknologi informasi. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45–54.
- Rachmawati, D. (2020). Pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 23–31.
- Sari, M. P. (2022). Perubahan pola konsumsi masyarakat di era e-commerce. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(2), 134–142.
- Susanti, E., & Widodo, A. (2021). Model bisnis digital dan tantangannya pada era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen Strategi dan Inovasi*, 5(2), 67–76.