

Pengaruh tren belanja online terhadap ketahanan umkm lokal di era pelemahan rupiah

Aulia Salsabila

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

Kata Kunci:

Digital marketing, UMKM, belanja online, pelemahan rupiah

Keywords:

Digital marketing, MSMEs, online shopping, rupiah depreciation, e-commerce

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong meningkatnya tren belanja online di Indonesia. Kehadiran marketplace dan e-commerce memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam bertransaksi, tetapi juga menimbulkan tantangan bagi keberlangsungan UMKM lokal. Di sisi lain, pelemahan nilai tukar rupiah menyebabkan kenaikan biaya produksi akibat meningkatnya harga bahan baku impor sehingga memperberat kondisi UMKM. Artikel ini membahas pengaruh tren belanja online terhadap ketahanan UMKM lokal di era pelemahan rupiah berdasarkan berbagai jurnal dan sumber relevan lainnya. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa tren belanja online memberikan dampak positif

dan negatif terhadap UMKM. Persaingan usaha menjadi semakin ketat akibat perubahan perilaku konsumen dan masuknya produk impor melalui marketplace. Namun, perkembangan ekonomi digital juga memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat daya saing melalui pemanfaatan marketplace, media sosial, dan digital marketing. Oleh karena itu, kemampuan adaptasi digital dan inovasi pemasaran menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan UMKM lokal di tengah perkembangan ekonomi digital.

ABSTRACT

The development of information and communication technology has encouraged the increasing trend of online shopping in Indonesia. The presence of marketplaces and e-commerce platforms provides convenience for people in conducting transactions, but also creates challenges for the sustainability of local MSMEs. On the other hand, the depreciation of the rupiah exchange rate has caused an increase in production costs due to the rising prices of imported raw materials, thereby burdening MSMEs. This article discusses the influence of online shopping trends on the resilience of local MSMEs during the rupiah depreciation era based on various journals and other relevant sources. The discussion shows that online shopping trends have both positive and negative impacts on MSMEs. Business competition has become increasingly intense due to changes in consumer behavior and the entry of imported products through marketplaces. However, the development of the digital economy also provides opportunities for MSMEs to expand markets, increase sales, and strengthen competitiveness through the use of marketplaces, social media, and digital marketing. Therefore, digital adaptation and marketing innovation are important factors in maintaining the sustainability of local MSMEs amidst the development of the digital economy.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah meningkatnya penggunaan platform belanja online atau e-commerce dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kehadiran marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

membuat masyarakat lebih mudah membeli barang tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Kemudahan akses, variasi produk, serta banyaknya promo menjadi alasan utama masyarakat memilih berbelanja secara online. Di sisi lain, tren belanja online memberikan dampak terhadap keberlangsungan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal. Persaingan antara produk lokal dan produk impor yang dijual melalui marketplace menjadi semakin ketat. Banyak konsumen lebih tertarik membeli produk impor karena harga yang lebih murah dan tampilan pemasaran yang menarik. Kondisi ini menyebabkan sebagian UMKM mengalami penurunan penjualan dan kesulitan mempertahankan usahanya.

Permasalahan tersebut semakin kompleks ketika nilai tukar rupiah mengalami pelemahan. Pelemahan rupiah menyebabkan harga bahan baku impor meningkat sehingga biaya produksi UMKM ikut naik. Akibatnya, UMKM harus menghadapi dua tantangan sekaligus, yaitu persaingan pasar digital dan tekanan ekonomi akibat melemahnya nilai rupiah. Berdasarkan kondisi tersebut, artikel ini membahas pengaruh tren belanja online terhadap ketahanan UMKM lokal di era pelemahan rupiah serta berbagai strategi yang dapat dilakukan UMKM untuk bertahan di tengah perkembangan ekonomi digital.

Pembahasan

Tren belanja online mengalami peningkatan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih praktis membuat marketplace menjadi pilihan utama dalam melakukan transaksi. Selain menawarkan kemudahan, platform belanja online juga menyediakan berbagai promo seperti gratis ongkir, cashback, dan diskon besar yang mampu menarik minat konsumen. Menurut Pramesti, Febriana, dan Isworo dalam JIMBIEN: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship, perkembangan e-commerce telah mengubah preferensi konsumen yang kini lebih memilih belanja online karena dinilai lebih praktis, mudah diakses, menawarkan banyak promo, dan memiliki variasi produk yang lebih lengkap dibandingkan pasar tradisional. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya jumlah pembeli UMKM tradisional, khususnya pedagang pakaian, sehingga menjadi tantangan bagi ketahanan UMKM lokal di era pelemahan rupiah ketika biaya usaha semakin meningkat akibat kenaikan harga barang dan bahan baku. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa perubahan perilaku konsumen yang semakin digital-oriented membuat pelaku UMKM harus mampu beradaptasi melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan strategi pemasaran digital agar tetap mampu bersaing dan mempertahankan kelangsungan usahanya di tengah meningkatnya tren belanja online (Pramesti et al., 2025).

Selain perubahan perilaku konsumen akibat perkembangan e-commerce, kondisi ekonomi makro seperti pelemahan nilai tukar rupiah juga turut memengaruhi keberlangsungan UMKM lokal. Berdasarkan penelitian Sufiah dan Fitriyah (2025), pelemahan nilai tukar rupiah dipengaruhi oleh perbedaan inflasi dan suku bunga antarnegara ASEAN sehingga dapat memengaruhi stabilitas ekonomi dan daya beli masyarakat. Kondisi tersebut turut berdampak pada UMKM, terutama yang masih bergantung pada bahan baku impor karena biaya produksi menjadi lebih tinggi ketika

rupiah melemah. Di sisi lain, meningkatnya tren belanja online dapat menjadi peluang bagi UMKM untuk mempertahankan usahanya melalui pemanfaatan marketplace dan digital marketing. Dengan memasarkan produk secara online, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas, meningkatkan penjualan, serta menekan biaya operasional dibandingkan pemasaran konvensional. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital dan tren belanja online menjadi salah satu strategi penting bagi ketahanan UMKM lokal agar tetap mampu bertahan dan bersaing di tengah kondisi pelemahan rupiah dan perubahan ekonomi global (Sufiah&Fitriyah, 2025).

Dampak pelemahan rupiah terhadap UMKM tidak hanya berkaitan dengan kenaikan biaya produksi, tetapi juga memengaruhi kemampuan usaha dalam menghadapi persaingan digital yang semakin ketat. Dalam artikel yang ditulis oleh Khairul Efendi dijelaskan bahwa pelemahan rupiah berdampak pada kenaikan biaya impor bahan baku, keterbatasan akses modal, serta penurunan pendapatan UMKM akibat perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital. Oleh sebab itu, UMKM perlu melakukan berbagai upaya adaptasi seperti meningkatkan efisiensi operasional, memanfaatkan teknologi digital dan marketplace, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat inovasi usaha agar mampu mempertahankan ketahanan bisnis di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil (Efendi, 2024).

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelemahan rupiah dan perkembangan perdagangan digital saling berkaitan dalam memengaruhi ketahanan UMKM lokal. Pelemahan rupiah menyebabkan meningkatnya tekanan inflasi, kenaikan harga barang, serta ketidakstabilan ekonomi yang berpengaruh terhadap daya beli masyarakat dan aktivitas usaha. Kondisi tersebut membuat UMKM menghadapi tantangan yang lebih besar karena harus bersaing dengan perdagangan digital yang menawarkan kemudahan dan harga yang lebih kompetitif. Oleh karena itu, UMKM perlu melakukan strategi adaptasi seperti memanfaatkan platform e-commerce, meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat inovasi produk, serta mengoptimalkan pemasaran digital agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah kondisi ekonomi yang tidak stabil dan perubahan perilaku konsumen yang semakin digital-oriented (Salma, 2026).

Untuk menghadapi kondisi tersebut, pelaku UMKM perlu melakukan berbagai strategi adaptasi agar tetap mampu bertahan di tengah perkembangan ekonomi digital. Upaya adaptasi ini dapat dilakukan melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, serta penerapan strategi digital marketing untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Dalam penelitiannya, Fitriyah, Supriyanto, Maharani, Pradana, dan Khan menjelaskan bahwa strategi digital marketing menjadi salah satu upaya penting bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang di era digital. Melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan promosi online, UMKM dapat memperluas jangkauan pelanggan, meningkatkan penjualan, serta memperkuat daya saing usaha di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi digital. Penelitian tersebut juga menekankan pentingnya peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi, membuat konten promosi yang menarik, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan agar usaha tetap mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan ekonomi digital yang semakin ketat (Fitriyah et al., 2023).

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Vania (2023) juga menunjukkan bahwa creative digital marketing memiliki pengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM. Melalui pemanfaatan media sosial, promosi digital, dan pembuatan konten yang kreatif, UMKM dapat meningkatkan kinerja pemasaran sekaligus mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah perkembangan ekonomi digital. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, strategi pemasaran digital yang inovatif juga membantu UMKM membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen sehingga usaha dapat terus berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat (Vania, 2023).

Tidak hanya sebagai strategi bertahan, pemanfaatan e-commerce juga memberikan berbagai dampak terhadap perkembangan UMKM lokal. Dalam penelitiannya, Raharti dan Nasution menjelaskan bahwa perkembangan e-commerce memberikan dampak positif maupun negatif terhadap penjualan UMKM. Dampak positifnya terlihat dari meningkatnya peluang pemasaran, jangkauan konsumen yang lebih luas, kemudahan promosi, serta meningkatnya efisiensi transaksi karena penjualan dapat dilakukan secara online tanpa batas wilayah. Selain itu, e-commerce membantu UMKM lebih mudah dikenal masyarakat dan mampu meningkatkan pendapatan usaha melalui pemanfaatan marketplace serta media digital. Namun, di sisi lain, perkembangan e-commerce juga menimbulkan dampak negatif berupa meningkatnya persaingan usaha, terutama bagi UMKM yang belum mampu beradaptasi dengan teknologi digital. Banyak pelaku usaha tradisional mengalami penurunan penjualan karena konsumen lebih memilih belanja online yang dianggap lebih praktis dan murah. Oleh sebab itu, UMKM perlu meningkatkan kemampuan digital, kualitas pelayanan, serta inovasi pemasaran agar mampu bertahan dan bersaing di era ekonomi digital (Raharti&Nasution,2024). Perubahan pola konsumsi masyarakat dan perkembangan ekonomi digital menunjukkan bahwa UMKM perlu terus melakukan transformasi usaha agar tetap kompetitif.

Dalam buku *Transformasi Bisnis UMKM Dalam Era Ekonomi Digital*, Rustiyana dan rekan-rekannya menjelaskan bahwa perkembangan tren belanja online memberikan dampak yang cukup besar terhadap keberlangsungan UMKM lokal, khususnya pada masa pelemahan nilai tukar rupiah dan pesatnya perkembangan ekonomi digital. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih memilih berbelanja secara online karena dianggap lebih mudah dan efisien menyebabkan persaingan usaha semakin tinggi bagi UMKM konvensional. Selain itu, melemahnya rupiah turut meningkatkan biaya produksi dan operasional usaha sehingga menambah tantangan bagi pelaku UMKM. Meskipun demikian, perkembangan e-commerce juga memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan promosi, dan menjangkau lebih banyak konsumen melalui platform digital. Oleh sebab itu, UMKM perlu melakukan adaptasi melalui pemanfaatan teknologi, inovasi produk, dan pemasaran digital agar tetap mampu bertahan dan bersaing di tengah perubahan ekonomi dan perkembangan perilaku konsumen modern (Rustiyana et al., 2026). Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat dipahami bahwa tren belanja online dan pelemahan rupiah memberikan tantangan sekaligus peluang bagi UMKM lokal. Ketahanan UMKM sangat dipengaruhi

oleh kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital, melakukan inovasi produk, dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Kesimpulan dan Saran

Perkembangan tren belanja online memberikan pengaruh yang besar terhadap ketahanan UMKM lokal di Indonesia, terutama di tengah kondisi pelemahan nilai tukar rupiah. Perubahan perilaku konsumen yang semakin memilih berbelanja secara online menyebabkan persaingan usaha menjadi semakin ketat, khususnya antara produk lokal dan produk impor yang dipasarkan melalui marketplace. Di sisi lain, pelemahan rupiah juga meningkatkan biaya produksi UMKM akibat naiknya harga bahan baku dan barang impor sehingga memberikan tekanan terhadap keberlangsungan usaha. Meskipun demikian, perkembangan ekonomi digital juga memberikan peluang bagi UMKM untuk bertahan dan berkembang melalui pemanfaatan teknologi digital, marketplace, media sosial, dan strategi digital marketing. Pemanfaatan platform online mampu membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan promosi, memperkuat hubungan dengan konsumen, serta meningkatkan daya saing usaha.

Oleh karena itu, kemampuan UMKM dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen menjadi faktor penting dalam menjaga ketahanan usaha di era pelemahan rupiah dan persaingan ekonomi digital. Dengan demikian, tren belanja online dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi UMKM lokal. UMKM yang mampu melakukan inovasi, memanfaatkan teknologi digital, dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat akan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya di tengah kondisi ekonomi yang terus berubah. Pemerintah dan pelaku UMKM perlu meningkatkan literasi digital serta pemanfaatan teknologi pemasaran online agar UMKM mampu bersaing di tengah perkembangan ekonomi digital dan kondisi pelemahan rupiah. Selain itu, dukungan pelatihan digital marketing dan inovasi produk juga diperlukan untuk memperkuat ketahanan UMKM lokal.

Daftar Pustaka

- Efendi, K. (2024). *Dampak pelemahan rupiah terhadap UMKM di Indonesia*. Suara Mahasiswa.
- Fitriyah, F., Supriyanto, A. S., Maharani, V., Pradana, A. W. S., & Khan, R. B. F. (2023). *Strategi digital marketing melalui peningkatan jangkauan pelanggan dalam upaya penguatan kelompok Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Desa Cendono, Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur*.
- Pramesti, F. C., Febriana, R. D. F., & Isworo, E. I. I. (2025). Analisis dampak perkembangan e-commerce terhadap preferensi minat konsumen pada kelangsungan usaha mikro kecil menengah (UMKM) pedagang pakaian di pasar tradisional. *JIMBIEN: Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*, 4(1), 1–10.
- Raharti, R., & Nasution, M. I. P. (2024). Analisis dampak e-commerce terhadap pengaruh penjualan UMKM. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 171–178.

- Rustiyana, H., Sawitri, I., Kusumastuti, S. Y., Adiguna, P., Fadilah, A. N., Dewi, O., ... & Nisa, I. M. (2026). *Transformasi bisnis UMKM dalam era ekonomi digital*. Star Digital Publishing.
- Salma, S. N. (2026). Dampak pelemahan rupiah terhadap stabilitas perbankan dan perekonomian Indonesia: (Studi kasus: Analisis kebijakan moneter dan fiskal tahun 2025). *Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy*, 5(1), 8–17.
- Sufiah, D. N. R., & Fitriyah, F. (2025). Dinamika nilai tukar rupiah pada mata uang ASEAN: Tinjauan purchasing power parity, interest rate parity, dan international fisher effect. *Jurnal Ecogen*, 8(1), 86–105.
- Vania, A. (2023). *Dampak creative digital marketing terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang (Studi longitudinal)*.