



## 5 PENDAPAT AHLI TENTANG E-COMMERCE

**Muhammad Farhan**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

**Muhammad Irwan Padli Nasution**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

E-mail: <sup>1</sup> [Muhammadfarhan030604@gmail.com](mailto:Muhammadfarhan030604@gmail.com), <sup>2</sup> [irwannst@uinsu.ac.id](mailto:irwannst@uinsu.ac.id)

**Abstract.** *This article presents an analysis of five expert opinions regarding e-commerce, which is an important phenomenon in the current development of the digital economy. By gathering perspectives from experts in the fields of economics, information technology, and consumer behavior, this research aims to provide a comprehensive picture of the impacts and challenges facing e-commerce. Expert opinions cover aspects such as technological innovation, changes in consumer behavior, transaction security, as well as social and economic impacts. The research results show that although e-commerce offers great opportunities for business growth and economic inclusion, challenges such as data security and regulation still need to be addressed. It is hoped that these findings can become a reference for policy makers and industry players in developing better strategies in the digital era.*

**Keywords:** *Expert Opinions and Findings Regarding E-Commerce.*

**Abstrak.** Artikel ini menyajikan analisis terhadap lima pendapat ahli mengenai e-commerce, yang merupakan fenomena penting dalam perkembangan ekonomi digital saat ini. Dengan mengumpulkan perspektif dari pakar di bidang ekonomi, teknologi informasi, dan perilaku konsumen, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif tentang dampak dan tantangan yang dihadapi e-commerce. Pendapat para ahli mencakup aspek-aspek seperti inovasi teknologi, perubahan perilaku konsumen, keamanan transaksi, serta dampak sosial dan ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun e-commerce menawarkan peluang besar bagi pertumbuhan bisnis dan inklusi ekonomi, tantangan seperti keamanan data dan regulasi tetap perlu diatasi. Temuan ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemangku kebijakan dan pelaku industri dalam mengembangkan strategi yang lebih baik di era digital.

**Kata Kunci:** Pendapat dan Temuan Para Ahli Mengenai E Commerce.

## **PENDAHULUAN**

E-commerce telah berkembang pesat dalam dua dekade terakhir, menjadi salah satu pilar utama dalam ekonomi global. Transformasi digital yang cepat telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen. Dalam konteks ini, pemahaman tentang berbagai perspektif ahli mengenai e-commerce menjadi sangat penting untuk menavigasi tantangan dan peluang yang ada.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji tujuh pendapat ahli yang mengemukakan pandangan mereka tentang e-commerce, mulai dari inovasi teknologi hingga dampaknya terhadap perilaku konsumen dan struktur pasar. Dengan menganalisis pandangan ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai dinamika e-commerce dan implikasinya bagi pelaku bisnis serta pembuat kebijakan.

Melalui pendekatan deskriptif, artikel ini mengumpulkan dan menyintesis pandangan dari berbagai disiplin ilmu, memberikan gambaran komprehensif tentang manfaat, tantangan, dan strategi yang diperlukan dalam menghadapi era digital. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lebih lanjut dan pengembangan praktik terbaik dalam bisnis e-commerce.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penulisan jurnal ini melibatkan pengumpulan materi dari berbagai sumber, termasuk referensi online, buku, dan literatur dari para ahli yang memiliki pemahaman mendalam tentang topik yang dibahas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan mengenai tujuh pendapat ahli tentang e-commerce mengungkapkan berbagai perspektif yang saling melengkapi, memberikan wawasan mendalam tentang fenomena ini. Sebagian besar ahli sepakat bahwa inovasi teknologi merupakan pendorong utama dalam perkembangan e-commerce. Teknologi seperti kecerdasan buatan, big data, dan machine learning tidak hanya memungkinkan personalisasi pengalaman pengguna, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional. Misalnya, analisis data memungkinkan perusahaan untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen,

sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih tepat.

E-commerce juga telah mengubah cara konsumen berbelanja. Para ahli mencatat bahwa konsumen kini lebih mengutamakan kenyamanan dan aksesibilitas, yang mendorong peningkatan penggunaan platform online. Hal ini menuntut bisnis untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan preferensi dan ekspektasi konsumen, seperti pengiriman cepat dan layanan pelanggan yang responsif.

Isu keamanan dan privasi menjadi sorotan penting dalam diskusi ini. Meningkatnya kasus pelanggaran data dapat merusak kepercayaan konsumen, sehingga penerapan teknologi keamanan yang canggih, seperti enkripsi dan autentikasi dua faktor, sangat penting untuk melindungi informasi pribadi.

Dari sudut pandang sosial dan ekonomi, e-commerce berpotensi memberdayakan pelaku usaha kecil dengan memberikan akses ke pasar yang lebih luas. Namun, ada risiko bahwa bisnis tradisional dapat terancam oleh persaingan yang meningkat. Penting untuk memiliki kebijakan yang mendukung transisi ini, termasuk pelatihan dan dukungan bagi pelaku usaha kecil.

Diskusi mengenai regulasi menunjukkan kebutuhan akan kerangka hukum yang jelas untuk mengatur e-commerce. Regulasi yang tepat dapat melindungi konsumen dan menciptakan lingkungan bisnis yang sehat, sambil tetap mendorong inovasi. Kolaborasi antara pemerintah dan industri sangat penting dalam merumuskan kebijakan yang efektif.

Tingkat persaingan yang meningkat di pasar e-commerce juga menuntut bisnis untuk terus berinovasi dan menawarkan nilai tambah. Ahli menekankan pentingnya diferensiasi produk dan pengalaman pelanggan yang unik sebagai strategi untuk bertahan dalam persaingan yang ketat. Melihat ke depan, banyak ahli memprediksi bahwa e-commerce akan terus berkembang, terutama dengan integrasi teknologi baru seperti *augmented reality* (AR) dan *virtual reality* (VR). Teknologi ini dapat menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih interaktif dan menarik, memberikan peluang baru bagi bisnis untuk berinovasi.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa e-commerce adalah bidang

yang dinamis dan kompleks, dengan berbagai faktor yang saling mempengaruhi. Memahami perspektif para ahli dapat membantu pelaku bisnis dan pembuat kebijakan untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di era digital. Inilah beberapa pendapat para ahli mengenai pengertian e-commerce.

### **1. Rahmat**

Electronic commerce (*e-commerce*) atau perdagangan lewat elektronik adalah perdagangan yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi terutama internet. Internet memungkinkan orang atau organisasi yang berada pada jarak yang jauh dapat saling berkomunikasi dengan biaya yang murah. Hal ini kemudian dimanfaatkan untuk melakukan transaksi perdagangan. (Rahmat, 2010:14).

### **2. McLeod**

Menurut McLeod Perdagangan elektronik atau yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pengertian dari e-commerce adalah menggunakan internet dan komputer dengan browser web untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. Manfaat dengan penerapan e-commerce sebuah perusahaan dapat memiliki sebuah pasar internasional. Bisnis dapat dijalankan tanpa harus terbentur pada batas negara dengan adanya teknologi digital. Biaya operasional dapat ditekan sedikit mungkin. Mempercepat waktu pemrosesan dan mengurangi resiko human error. Mengurangi penggunaan kertas dalam berbagai aktifitas pengerjaan mulai dari mendesain, memproduksi, pengiriman, pendistribusian hingga marketing.

### **3. Harmayani**

Defnisi e-commerce menurut Harmayani. (2020) adalah penyebaran, penjualan, pemasaran, pembelian barang atau jasa dengan sarana elektronik seperti jaringan komputer, televisi, www, dan jaringan internet lainnya. E-commerce juga melibatkan transfer dana elektronik, sistem manajemen inventori otomatis,

pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis.

#### **4. Akbar & Alam**

Menurut Akbar & Alam (2020), E-commerce merupakan pembelian, penjualan dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik. Seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Transaksi bisnis yang terjadi di jaringan elektronik seperti internet. Setiap orang yang memiliki koneksi internet dapat berpartisipasi dalam kegiatan e-commerce.

#### **5. Riswandi**

pengertian e-commerce menurut Riswandi (2019) adalah satu set dinamis ekonomi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan/jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Dari beberapa definisi e-commerce tersebut dapat disimpulkan bahwa e-commerce adalah sistem dalam melakukan jual beli barang maupun jasa melalui media elektronik yang memberikan kemudahan transaksi baik untuk penjual dan pembeli.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Artikel ini membahas lima pendapat ahli mengenai e-commerce, yang menunjukkan bahwa e-commerce merupakan fenomena penting dalam ekonomi digital saat ini. Inovasi teknologi, seperti kecerdasan buatan dan big data, menjadi pendorong utama perkembangan e-commerce, meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman pengguna.

Perilaku konsumen juga mengalami perubahan, di mana kenyamanan dan aksesibilitas menjadi prioritas, mendorong peningkatan penggunaan platform online. Isu keamanan dan privasi menjadi perhatian utama, dengan perlunya penerapan teknologi yang dapat melindungi informasi pribadi konsumen.

E-commerce menawarkan peluang bagi pelaku usaha kecil, tetapi juga menimbulkan tantangan bagi bisnis tradisional, sehingga kebijakan yang mendukung transisi ini sangat

penting. Diperlukan kerangka hukum yang jelas untuk mengatur e-commerce, melindungi konsumen, dan mendorong inovasi.

Secara keseluruhan, pemahaman yang mendalam tentang berbagai pandangan ini dapat membantu pelaku bisnis dan pembuat kebijakan merumuskan strategi yang efektif di era digital. E-commerce adalah bidang yang dinamis dan kompleks, penuh tantangan dan peluang yang perlu dihadapi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Santoso, dkk, PERANCANGAN WEBSITE E-COMMERCE INEED.ID, Jurnal Teknik Informatika, Vol. 14, No. 1, Januari 2022

Shabur Miftah Maulana, dkk, IMPLEMENTASI E-COMMERCE SEBAGAI MEDIA PENJUALAN ONLINE (STUDI KASUS PADA TOKO PASTBRIK KOTA MALANG),  
Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 29 No. 1 Desember 2015

<http://repository.stei.ac.id/9131/3/BAB%20II.pdf> Diakses pada 20 Oktober 2024